

Latvijas Biozinātņu un tehnoloģiju universitāte  
Ekonomikas un sabiedrības attīstības fakultāte



*Mg. hist.* **Laila Kundziņa** <sup>ID</sup>

**promocijas darbs**

**ZIEDOJUMU PIESAISTES TENDENCES VALSTS DIBINĀTAJĀS AUGSTSKOLĀS  
LATVIJĀ**

***FUNDRAISING TRENDS IN STATE FOUNDED UNIVERSITIES IN LATVIA***

zinātnes doktora grāda

**zinātnes doktore (*Ph. D.*) sociālajās zinātnēs**

*iegūšanai*

Promocijas darba vadītāja

Akadēmiķe, profesore, *Dr. habil. oec.* Baiba Rivža

\_\_\_\_\_  
/paraksts, datums, mēnesis, gads/

Promocijas darba autore *Mg. hist.* Laila Kundziņa

\_\_\_\_\_  
/paraksts, datums, mēnesis, gads/

Jelgava 2025

## ANOTĀCIJA

**Promocijas darba autore:** humanitāro zinātņu maģistre Laila Kundziņa.

**Promocijas darba tēma:** ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās Latvijā.

**Hipotēze:** filantropijas organizāciju attīstības iespējas, filantropijas praktiķu profesionalitāte un nodokļu atlaides ir faktori, kas pozitīvi ietekmē ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās.

**Promocijas darba mērķis** – Izvērtēt starptautisko pieredzi, ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās Latvijā un noteikt scenāriju, kuram piemīt pozitīva dinamika uz ziedojumu piesaistes tendencēm valsts dibinātajās augstskolās, lai uzlabotu ziedojumu piesaisti.

**Mērķa sasniegšanai izstrādātie un risinātie darba uzdevumi:**

- 1) izpētīt augstskolu filantropijas organizāciju darbības vēsturiskos un teorētiskos aspektus, kā arī ziedojumu piesaistes tendences Latvijā un pasaulē, pastiprinātu vērību veltot laika periodam no 2011. gada līdz 2022. gadam;
- 2) izpētīt normatīvos aktus, kas nosaka darbības principus, ierobežojumus valsts dibinātajām augstskolu filantropijas organizācijām ar sabiedriskā labuma statusu, kā arī analizēt ziedojumu piesaistes teorijas;
- 3) piedāvāt scenārijus valsts dibināto augstskolu filantropijas organizācijām, izstrādājot rekomendācijas ziedojumu piesaistes sekmēšanai Latvijā valsts dibinātajās augstskolās.

Darba **pirmajā nodaļā** apkopoti 213 pētījumi un vērtēti augstskolu filantropijas organizāciju darbības vēsturiskie un teorētiskie aspekti, kā arī ziedojumu piesaistes tendences Latvijā un pasaulē, analizēti dažādu autoru viedokļi par ziedojumu piesaistes nozīmīgumu, nepietiekamu finansējumu augstākajai izglītībai, absolventu devums savām augstskolām, mecenātu un potenciālo mecenātu profili, to motivācija ziedot, ietekmes un korporatīvās filantropijas nozīme augstākās izglītības atbalstīšanā, filantropijas praktiķu nozīmīgā loma ziedojumu piesaistē, studentu iesaistīšana augstskolas dzīvē, reliģijas un nodokļu atlaižu nozīmība ziedojumu piesaistē.

**Otrajā nodaļā** apskatīti galvenie tiesiskie akti, kas regulē biedrību un nodibinājumu darbu un normatīvie akti, kas nosaka biedrībām un nodibinājumiem tiesības izmaksāt stipendijas un paredz nodokļu atlaižu principus ziedotājiem. 2. nodaļā tiek analizēta jēdziena “ziedojums” izpratne un ziedojumu piesaistes teorijas.

Savukārt darba **trešajā nodaļā** pētītas ziedojumu piesaistes vispārīgās tendences starp uzņēmējiem un augstskolu mecenātiem un analizētas valsts dibināto augstskolu filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendences. Atspoguļota pētījuma gaitā iegūto datu analīze. Tā dod iespēju izstrādāt iespējamās attīstības scenārijus, kas pozitīvi ietekmēs ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās.

Darba nobeigumā formulēti galvenie pētījuma rezultāti, kā arī četras problēmas, un izvirzīti priekšlikumi to risināšanai.

Promocijas darba apjoms doktora (*Ph.D.*) zinātniskā grāda iegūšanai sociālajās zinātnēs ir 204 lappuses, ieskaitot pielikumus. Darbā ir 5 tabulas, 51 attēls, 7 pielikumi, izmantoti 304 informācijas avoti, t.sk. 263 avoti angļu valodā.

## ANNOTATION

**Author of the doctoral thesis:** Laila Kundziņa, Master of Humanities.

**Research topic:** fundraising Trends at State Higher Education Institutions in Latvia.

**Hypothesis:** the development opportunities of philanthropy organizations, the professionalism of philanthropy practitioners and tax credits are factors that have a positive influence on the trends of attracting donations in state-founded higher education institutions.

**Aim of the doctoral thesis:**

To evaluate cross-national experience, donation attraction trends in state-founded higher education institutions in Latvia and determine a scenario that has positive dynamics on donation attraction trends in state-founded universities in order to improve donation attraction.

The following **research tasks** have been defined and solved to achieve the aim of the research:

- 1) to study the historical and theoretical aspects of the activities of university philanthropic organizations, as well as the trends in attracting donations in Latvia and the world, paying increased attention to the period from 2011 to 2022.
- 2) to study the regulatory acts that determine the principles of operation, restrictions for the philanthropic organizations of state-founded higher education institutions which have the public benefit status, as well as to analyse fundraising theories;
- 3) to propose scenarios for the philanthropic organizations of the state-founded higher education institutions, developing recommendations for promoting fundraising in the state-founded higher education institutions in Latvia.

**Chapter 1** of the study offers the analysis of the theoretical and historical aspects concerning philanthropic organizations of state-founded higher education institutions from 213 research papers, fundraising trends in Latvia and worldwide, opinions of various scholars concerning the importance of fundraising, the insufficient funding for higher education, donations of graduates to their universities, profiles of patrons and potential donors, their motivation to donate, influences and the importance of corporate philanthropy in supporting higher education, the significant role of philanthropic practices in fundraising, promoting student involvement in the life of their universities, the impact of religion, tax deductions in fundraising.

In **Chapter 2**, the author analyses the main legal acts that regulate the work of associations and foundations, as well as regulatory acts that determine the right of associations and foundations to disburse scholarships and define the principles of tax discounts for donors. Furthermore, the author explores the understanding of the concept of “donation” and theories of fundraising.

In **Chapter 3**, the author investigates the general fundraising trends among entrepreneurs and patrons of higher education institutions, as well as the fundraising trends of state-founded higher education institutions’ philanthropic organizations. The chapter reflects the analysis of the data obtained during the research, providing an opportunity to formulate the possible development scenarios that would positively influence the fundraising trends in the state-founded higher education institutions.

**Conclusion** offers the results of the study and four observed problems, as well as proposals for their solution. The hypothesis of the research has been confirmed.

The volume of the doctoral dissertation for acquiring the scientific degree of Doctor in Social Sciences (*Ph. D.*) is 204 pages. The dissertation includes 5 tables, 51 figures, 7 appendices, as well as 304 sources of scientific literature, incl. 263 in English.

# ZUSAMMENFASSUNG

**Autorin der Dissertation:** Laila Kundziņa, Master of Humanities.

**Thema der Studie:** fundraising-Trends an staatlichen Hochschulen in Lettland.

**Hypothese:** die Entwicklungsmöglichkeiten von Philanthropie-Organisationen, die Professionalität von Philanthropie-Praktikern und Steuergutschriften sind Faktoren, die einen positiven Einfluss auf die Trends der Spendengewinnung in staatlich gegründeten Hochschulen haben.

**Ziel der Dissertation:**

Um die länderübergreifenden Erfahrungen und Spendenanziehungstrends an staatlich gegründeten Hochschuleinrichtungen in Lettland zu bewerten und ein Szenario zu ermitteln, das eine positive Dynamik bei den Spendenanziehungstrends an staatlich gegründeten Universitäten aufweist, um die Spendenanziehung zu verbessern.

**Folgende Forschungsaufgaben wurden definiert und gelöst, um das Forschungsziel zu erreichen:**

- 1) Untersuchung der historischen und theoretischen Aspekte der Aktivitäten universitärer Philanthropieorganisationen sowie der Trends bei der Gewinnung von Spenden in Lettland und der Welt, wobei der Zeitraum von 2011 bis 2022 verstärkt berücksichtigt wird;
- 2) Untersuchung der Regelungsakte, die die Funktionsprinzipien und Beschränkungen, für die gemeinnützigen philanthropischen Organisationen von staatlich gegründeten Hochschulen festlegen sowie Analyse von Fundraising-Theorien;
- 3) Entwicklung der Mittelbeschaffung in der Tätigkeit der philanthropischen Organisationen der staatlichen Hochschulen im Zeitraum von 2011 bis 2022 zu untersuchen;

**Kapitel 1** der Studie bietet eine Analyse der theoretischen und historischen Aspekte der philanthropischen Organisationen staatlicher Hochschulen, der Fundraising-Trends in Lettland und weltweit, der Meinungen verschiedener Wissenschaftler über die Bedeutung des Fundraisings, der unzureichenden Finanzierung der Hochschulbildung, der Spenden von Absolventen an ihre Universitäten, der Profile von Mäzenen und potenziellen Spendern, ihrer Motivation zum Spenden, Einflüsse und die Bedeutung der Unternehmensphilanthropie bei der Unterstützung der Hochschulbildung, die bedeutende Rolle philanthropischer Praktikern bei der Mittelbeschaffung, die Förderung der Beteiligung der Studierenden am Leben ihrer Universitäten, die Auswirkungen der Religionszugehörigkeit und der Steuerabzüge für die Mittelbeschaffung aus 213 Forschungsarbeiten.

In **Kapitel 2** analysiert die Verfasserin die wichtigsten Rechtsakte, die die Arbeit von Vereinen und Stiftungen regeln, sowie die Rechtsakte, die das Recht von Vereinen und Stiftungen zur Auszahlung von Stipendien und die Grundsätze der Steuervergünstigungen für Spender festlegen. Darüber hinaus setzt sich die Verfasserin mit dem Verständnis des Begriffs "Spende" und Theorien des Fundraisings auseinander.

In **Kapitel 3** untersucht die Verfasserin die allgemeinen Fundraising-Trends bei Unternehmern und Mäzenen von Hochschulen sowie die Fundraising-Trends der philanthropischen Organisationen staatlicher Hochschulen. Das Kapitel spiegelt die Analyse der während der Forschung gewonnenen Daten wider, die es erlauben, mögliche Entwicklungsszenarien für positive Beeinflussung der Fundraising-Trends in den staatlich geförderten Hochschulen.

Die Hypothese der Forschung hat sich bestätigt. Der Umfang der Dissertation zur Erlangung des wissenschaftlichen Grades Doctor in Sozialwissenschaften (*Ph. D.*) ist 204 Seiten. Die wissenschaftliche Studie enthält 5 Tabellen, 51 Abbildungen, 7 Anhänge. Im Literaturverzeichnis sind 304 wissenschaftliche Quellen angegeben, inkl. 263 auf Englisch.



## SATURS/ CONTENTS

INFORMĀCIJA PAR PUBLIKĀCIJĀM UN ZINĀTNISKI PĒTNIECISKO DARBU/ <i>INFORMATION ON PUBLICATIONS AND SCIENTIFIC WORK</i> .....	7
TABULU SARAKSTS/ <i>LIST OF TABLES</i> .....	10
ATTĒLU SARAKSTS/ <i>LIST OF FIGURES</i> .....	11
ABREVIATŪRAS UN AKRONĪMI / <i>ABBREVIATIONS AND ACRONYMS</i> .....	14
IEVADS/ <i>INTRODUCTION</i> .....	15
1.AUGSTSKOLU FILANTROPIJAS ORGANIZĀCIJU DARBĪBAS VĒSTURISKIE VEIDOŠANĀS UN TEORĒTISKIE ASPEKTI UN TENDENCES/ <i>HISTORICAL, THEORETICAL AND FORMATIVE ASPECTS AND TENDENCIES OF THE PHILANTHROPICAL ORGANISATION OPERATION</i> .....	19
1.1.    Filantropijas vēsturiskā attīstība pasaulē un Latvijā, filantropijas formas, pieejas un veidi/ <i>Historical development of philanthropy worldwide and in Latvia, types, forms and     components of philanthropy</i> .....	19
1.2.    Ziedojumu piesaiste augstākās izglītības iestāžu finansējumam. Teorētiskie aspekti/ <i>Theoretical aspects of attracting donations for the financing of higher education     institutions</i> .....	26
1.3.    Absolventu devums savām augstskolām/ <i>Contribution of alumni to their     universities</i> .....	33
1.4.    Esošo un potenciālo mecenātu motivācija ziedot, ziedošanu ietekmējošie faktori un īpašības/ <i>Motivation of current and potential donors, factors and characteristics impacting     donation</i> .....	44
1.5.    Ietekmes un korporatīvā filantropija/ <i>Impact and corporate philanthropy</i> .....	58
1.6.    Filantropijas praktiķu uzdevumi un loma ziedojumu piesaistē/ <i>The role of     philanthropic practitioners in fundraising</i> .....	63
1.7.    Studenti, izpratne par mecenātismu un piederības veidošana augstskolai/ <i>Students,     comprehension of patronage and forging adherence to university</i> .....	70
1. nodaļas kopsavilkums/ <i>Summary of Chapter 1</i> .....	73
2.AUGSTSKOLU FILANTROPIJAS ORGANIZĀCIJU NORMATĪVAIS REGULĒJUMS UN ZIEDOJUMU PIESAISTES TEORIJAS MODEĻI/ <i>LEGAL FRAMEWORK AND THEORETICAL MODELS OF FUNDRAISING CONCERNING HIGHER EDUCATION PHILANTHROPY INSTITUTIONS</i> .....	76
2.1.    Normatīvais regulējums biedrību un nodibinājumu darba organizēšanā/ <i>Normative     regulation in organizing the work of associations and foundations</i> .....	76
2.2.    Jēdziens “ziedojums” normatīvajos aktos: tā būtība un saistošie Latvijas Republikas tiesību normu principi/ <i>Concept of donation: its essence and the binding principles of the     Republic of Latvia legal norms</i> .....	85
2.3.    Ziedojumu piesaistes teorijas/ <i>Fundraising theories</i> .....	86
2. nodaļas kopsavilkums/ <i>Summary of Chapter 2</i> .....	93
3.ZIEDOJUMU PIESAISTES REZULTĀTI UN NĀKOTNES IZAICINĀJUMI/ <i>FUNDRAISING RESULTS AND FUTURE CHALLENGES</i> .....	95
3.1    Ziedojumu piesaistes vispārīgās tendences starp augstskolu mecenātiem un uzņēmējiem/ <i>General trends in fundraising amongst university patrons and entrepreneurs</i> .. .....	95

3.2	Valsts dibināto augstskolu filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendences/ <i>Fundraising trends of state-founded higher education institution philanthropic organisations</i> .....	105
3.3	Ziedojumu piesaistes situācijas izvērtējums/ <i>Assessment of the situation of attracting donations</i> .....	119
3.4	Ziedojumu piesaistes scenāriji/ <i>Fundraising scenarios</i> .....	130
3.5	Ziedojumu piesaistes scenāriju analīze un novērtēšana ziedojumu piesaistes tendenču uzlabošanai/ <i>Analysis and evaluation of fundraising scenarios to improve donation trends</i> .....	141
	3. nodaļas kopsavilkums/ <i>Summary of Chapter 3</i> .....	146
	GALVENIE SECINĀJUMI/ <i>MAIN CONCLUSIONS</i> .....	148
	PROBLĒMAS UN TO RISINĀJUMI/ <i>CHALLENGES AND SOLUTIONS</i> .....	150
	IZMANTOTĀ LITERATŪRA/ <i>BIBLIOGRAPHY</i> .....	154
	PIELIKUMI/ <i>ANNEXES</i> .....	169

## INFORMĀCIJA PAR PUBLIKĀCIJĀM UN ZINĀTNISKI PĒTNIECISKO DARBU/ *INFORMATION ON PUBLICATIONS AND SCIENTIFIC WORK*

Zinātniskā grāda pretendente Laila Kundziņa promocijas darbu „Ziedošanu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās” izstrādājusi laika periodā no 2014. gada līdz 2024. gadam LBTU Ekonomikas un sabiedrības attīstības fakultātes Ekonomikas un finanšu institūtā, Latvijas Zinātņu akadēmijas īstenās locekles, ekonomikas doktores, profesores emeritus Baibas Rivžas zinātniskajā vadībā. Darba apjoms ir 212 lappuses, ieskaitot 7 pielikumus. Darbā izmantoti 304 avoti, tai skaitā 263 – angļu valodā.

**Pētījuma rezultāti publicēti 7 rakstos starptautiskos zinātniskos un Latvijas Zinātnes padomes atzītos nacionālos zinātniskos izdevumos, t. sk. viena publikācija indeksēta Scopus, Q1 un divās – Web of Science datu bāzēs:**

1. **Kundzina, L., Rivza, B., Grinevica, L., Rivza, P. (2023).** General Fundraising Trends among University Patrons and Entrepreneurs to Promote the Sustainability of Universities. In: *Sustainability* 15(14), pp. 1-24. DOI.org/10.3390/su151410868 (**Ind. Scopus, Q1**).
2. **Kundziņa, L., Rivza, B., Rivza, P. (2022).** Fundraising scenarios for state-founded universities. In: *Proceedings of the 23<sup>rd</sup> International Scientific Conference “Economic Science for Rural Development”*, Jelgava, Latvia, 11-13 May 2022. Latvia University of Life Sciences and Technologies. Faculty of Economics and Social Development. Jelgava, 2022. No. 56, pp. 298-307. DOI: 10.22616/ESRD.2022.56.029
3. **Kundziņa, L., Rivza, B. (2020).** Fundraising for universities by alumni efforts: a literature review. In: *Proceedings of the 21<sup>st</sup> International Scientific Conference “Economic science for rural development”*, Jelgava, 12-15 May 2020. Latvia University of Life Sciences and Technologies. Faculty of Economics and Social Development. Jelgava, 2020. No. 54, pp. 241-248. DOI: 10.22616/ESRD.2020.54.029 (**Ind. Web of Science**).
4. **Kundziņa, L., Rivža, B. (2019).** Comparison of the Baltic states’ tax reduction policy for donations to universities. In: *Proceedings of the International scientific conference “Economic Science for Rural Development”*, Jelgava, 9-10 May 2019 / Latvia University of Life Sciences and Technologies. Faculty of Economics and Social Development. Jelgava, 2019. No. 52, pp. 69-75. DOI: 10.22616/ESRD.2019.106. (**Ind. Web of Science**).
5. **Kundziņa, L., Rivža, B. (2019).** Analysis of theories of philanthropy for university development. *Annals of Marketing Management & Economics*, Vol. 5(1-2), 2019, pp. 47-54. DOI:10.22630/AMME.2019.5.1-2.4
6. Ellis-Paine, A., Hrafnisdóttir, S., Kang, Chul-Hee, **Kundziņa-Zvejniece, L., Rehnborg, S. J., Silva, K. T., Smith, D. H. (2016).** Traditional philanthropic service volunteering. In: *The Palgrave Handbook of Volunteering, Civic Participation, and Nonprofit Associations*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2016, pp. 369-392. DOI.org/10.1007/978-1-137-26317-9\_18
7. **Kundziņa, L. (2015).** The traditions of philanthropy in the interwar period and in our time. UL experience. *Proceedings of the 17<sup>th</sup> International Scientific Conference “Society and Culture: Locally and Globally”*. Liepāja, 22-23 May 2014, pp. 52.-56.

**Dalība 20 starptautiskajās zinātniskajās konferencēs:**

1. **Kundzina, L., Rivza, B., Rivza, P.** General fundraising trends among university patrons and entrepreneurs to promote the sustainability of universities. *The 9<sup>th</sup> International Scientific Conference Trends in Regional Development in the EU Countries*. Warsaw, 20 October 2023.
2. **Kundzina, L., Rivza, B.** Trends in fundraising of state-founded high-school philanthropic organizations. *The 6<sup>th</sup> International Conference on Social Sciences in 21<sup>st</sup> Century*. Lisbon, 28-30 April 2023.
3. **Kundzina, L., Rivza, B.** Business leader's donation trends in Latvia. *The 4<sup>th</sup> International Conference on Innovation in Social Science, Arts, Education, Economics and Business Management (ISSA-NOV-2022)*, Athens, 7 June 2023.
4. **Kundzina, L., Rivza, B., Rivza, P.** Fundraising trends in regional universities. Latvia case study. *The 8<sup>th</sup> International Scientific Conference Trends in Regional Development in the EU Countries*. Warsaw, 21 October 2022.
5. **Kundzina, L., Rivza, B., Rivza, P.** Fundraising scenarios for state-founded universities. *The 23<sup>rd</sup> Annual International Scientific Conference Economic Science for Rural Development*. Jelgava, 12 May 2022.
6. **Kundzina, L., Rivza, B., Rivza, P.** Trends in motivation and donation volumes of Latvian entrepreneurs. *The 80<sup>th</sup> International Scientific Conference of the University of Latvia, section "Challenges and Solutions of the State and Society of Latvia in an International Context (INTERFRAME – LV)"*. Riga, 30 March 2022.
7. **Kundzina, L., Rivža, B., Rivža, P.** Trends of fundraising efforts before Covid-19 time and in Covid-19 time University of Latvia case study. *International on-line scientific conference "Challengers of Economics, Education and Society Development in the Nordic – Baltic Countries and beyond"*. 2 March 2022.
8. **Kundziņa, L., Rivža, B., Rivža, P.** Fundraising trends in state founded universities in Latvia. Part II. *The 22<sup>nd</sup> International Scientific Conference of the Latvian University of Agriculture, Economic science for rural development*. Jelgava, 11-14 May 2021.
9. **Kundziņa, L., Rivža, B., Rivža, P.** Fundraising trends in state founded universities in Latvia. Part I. *The 5<sup>th</sup> Conference on Marketing and Management MM2021*, Warsaw, 18 June 2021.
10. **Kundzina, L.** Latvian patrons and their contribution to the formation of the Latvian intelligentsia (second half of the 19<sup>th</sup> century - beginning of the 20<sup>th</sup> century). *Daugavpils University Faculty of Humanities XXXI Scientific Conference*, Daugavpils, 28-29 January 2021.
11. **Kundzina, L., Rivža, B.** Fundraising for Universities. Alumni efforts as case study. Part II. *The 21<sup>st</sup> international scientific conferences of the Latvian University of Agriculture, Economic science for rural development*. Jelgava, 12-15 May 2020.
12. **Kundzina, L., Rivža, B.** Fundraising for Universities. Alumni efforts as case study. Part I. *Warsaw University of Life Sciences SGGW, Faculty of Economic Sciences Trends in Regional Development in the EU countries*, Warsaw, 19 June 2020.
13. **Kundzina, L., Rivža, B.** Fundraising results – profile of public good beneficiaries. *Warsaw University of Life Sciences SGGW, Faculty of Economic Sciences Trends in Regional Development in the EU countries*, Warsaw, 15 November, 2019.
14. **Kundzina, L.** Participant. *III International Economic Forum of the Institute of Economics of the Latvian Academy of Sciences*, Riga, 31 October-1 November 2019.
15. **Kundzina, L., Rivža, B.** Analysis of Legislation on Philanthropy and Foundation Activities in the Baltic States. *Economic Science for Rural Development*. Jelgava. 9-10 May 2019.
16. **Kundzina, L., Rivža, B.** Development of capacity of fundraising for universities. Poster session. *The 18<sup>th</sup> International Conference, Economy & Business*, Burgas, 20-24 August 2019.

17. **Kundzina, L., Rivža, B.** Fundraising campaigns of philanthropy for development of universities. *The 10<sup>th</sup> International Conference, Education, Research & Development*, Burgas, 23-27 August 2019.
18. **Kundzina, L., Rivža, B.** Fundraising theories of philanthropy for universities development. *Warsaw University of Life Sciences SGGW, Faculty of Economic Sciences 4<sup>th</sup> Conference on Marketing and Management MM2019*, Warsaw, 13 June 2019.
19. **Kundzina, L., Rivža, B.** Fundraising principles for development of universities: case study of Latvia University. *Šiauliai University, the 12<sup>th</sup> Jonas Pranas Aleksa International Scientific Conference*, Šiauliai, 20-21, September 2019.
20. **Kundzina, L., Rivža, B.** Comparison of the Baltic states taxes reduction policy for donations to universities. *The 20<sup>th</sup> International Scientific Conference of Latvia University of Life Sciences and Technologies, "Economic Science for Rural Development"* Jelgava, 8-10 May, 2019.

#### **Cita pieredze/ Further experience**

- Viespētniece ESF projektā „LLU pāreja uz jauno doktorantūras finansēšanas modelis” (01.05.2022.-30.04.2023.).
- Konferences vadītāja/ Conference chairperson, *the 20<sup>th</sup> International Scientific Conference of Latvia University of Life Sciences and Technologies, “Economic Science for Rural Development”* (Jelgava, 8-10.05.2019.).
- Lektore un semināru vadītāja pieaugušo neformālajā izglītībā, tēmas: „Stratēģijas plānošana”, „Darbs komandā”, „Interesu aizstāvība”, „Projektu vadība” (pastāvīgi kopš 2004. gada).
- Latvijas kultūras vēstures pasniedzēja, Latvijas Kultūras koledža (2011.-2013.).

## TABULU SARAKSTS/ *LIST OF TABLES*

<b>Nr.</b>	<b>Tabulas nosaukums/ <i>Title of table</i></b>	<b>Lpp.</b>
1.1.	Filantropijas formas, pieejas un veidi/ <i>Types, forms and components of philanthropy</i>	20
3.1.	Ziedojumu piesaistes izvērtējuma SVID analīze/ <i>SWOT analysis for fundraising assessment</i>	120
3.2.	1. scenārijs. Ziedojumu piesaistes tendenču SVID analīze/ <i>Scenario 1. SWOT analysis of fundraising trends</i>	131
3.3.	2. scenārijs. Ziedojumu piesaistes tendenču SVID analīze/ <i>Scenario 2. SWOT analysis of fundraising trends</i>	135
3.4.	3. scenārijs. Ziedojumu piesaistes tendenču SVID analīze/ <i>Scenario 3. SWOT analysis of fundraising trends</i>	138

## ATTĒLU SARAKSTS/ *LIST OF FIGURES*

Nr.	Attēla nosaukums/ <i>Figure title</i>	Lpp.
1.1.	Sekmīgas ziedojumu piesaistes stratēģijas principi/ <i>Principles of a successful donation collection strategy</i>	33
1.2.	Mecenātu un potenciālo mecenātu identitāte, to motivācija ziedot/ <i>The identity of donors and potential donors, their motivation to donate</i>	58
1.3.	Filantropijas praktiķu loma un uzdevumi ziedojumu piesaistē/ <i>The role and tasks of philanthropy practioners in fundraising</i>	70
1.4.	Studentu piederības veidošana augstskolai/ <i>Forging students' adherence to university</i>	73
2.1.	Universitāšu filantropijas darbības konceptualizācijas ietvars/ <i>Conceptualization framework of universities' philanthropy action</i>	87
2.2.	Sociālās apmaiņas teorija/ <i>Social exchange theory</i>	88
2.3.	Motivāciju teorija sekmīgai ziedojumu piesaistei/ <i>Theory of motivations for successful fundraising</i>	89
2.4.	Universitāšu mijiedarbība ar ārējo vidi/ <i>Interaction of universities with the external environment</i>	90
2.5.	Sadarbības konceptuālais modelis/ <i>Conceptual model of cooperation</i>	91
2.6.	LU fonda ziedojumu aprites un administrācijas modelis. Stipendijas/ <i>UL Foundation's model of circulation and administration of donations. Scholarships</i>	92
2.7.	LU fonda ziedojumu aprites un administrācijas modelis. Projekti/ <i>UL Foundation's model of circulation and administration of donations. Projects</i>	93
3.1.	Respondentu darbības joma, % no aptaujāto kopskaita/ <i>Respondents' sphere of activity, % of the total surveyed</i>	96
3.2.	Ziedojumu veidi/ <i>Types of donations</i>	98
3.3.	Ziedojumu veidi un ziedotāja dzimums/ <i>Types of donations and donor's gender</i>	99
3.4.	Ziedojumu mērķi/ <i>Goals of donations</i>	99
3.5.	Motivācija ziedot/ <i>Motivation to donate</i>	100
3.6.	Ziedojumu apjomi/ <i>Amount of donations</i>	101
3.7.	Ziedojumu apjomi un dzimums/ <i>Amount of donations and gender</i>	101
3.8.	Filantropijas organizācijas raksturojums/ <i>Characteristics of philanthropy organisation</i>	103
3.9.	Fizisko un juridisko personu ziedojumu procentuālais sadalījums Latvijā no 2011. līdz 2020. gadam/ <i>Procentual breakdown of donations from physical and legal entities in Latvia from 2011 to 2020</i>	104
3.10.	RTU Attīstības fonda rādītāji (2015.-2022.)/ <i>RTU Development Fund indicators (2015-2022)</i>	106
3.11.	LU fonda rādītāji (2015.-2022.)/ <i>Foundation of the University of Latvia indicators (2015-2022)</i>	108
3.12.	LBTU Attīstības fonda rādītāji (2015.-2022.)/ <i>LBTU Development Fund indicators (2015-2022)</i>	111

3.13.	Rīgas Stradiņa universitātes fonda rādītāji (2015.-2022.)/ <i>Rīga Stradiņš University Foundation indicators (2015-2022)</i>	112
3.14.	Rīgas Juridiskās augstskolas fonda rādītāji (2015.-2022.)/ <i>Riga Graduate School of Law Foundation indicators (2015-2022)</i>	113
3.15.	Vidzemes Augstskolas fonda rādītāji (2015.-2022.)/ <i>Foundation of Vidzeme University of Applied Sciences indicators (2015-2022)</i>	115
3.16.	Banku Augstskolas fonda rādītāji (2015.-2022.)/ <i>BA School of Business and Finance Fund indicators (2015-2022)</i>	116
3.17.	Septiņu analizējamo filantropijas organizāciju ieņēmumi un izdevumi eiro (2015.-2022.)/ <i>Revenue and expenditure of seven analyzed philanthropic organizations (2015-2022)</i>	118
3.18.	Stiprību pušu analīze ziedojumu piesaistes izvērtējumam/ <i>Analysis of the strengths of fundraising assessment</i>	121
3.19.	Vājību pušu analīze ziedojumu piesaistes izvērtējumam/ <i>Analysis of the weakness of fundraising assessment</i>	122
3.20.	Iespēju analīze ziedojumu piesaistes izvērtējumam/ <i>Analysis of the opportunities of fundraising assessment</i>	123
3.21.	Draudu analīze ziedojumu piesaistes izvērtējumam/ <i>Analysis of the threats of fundraising assessment</i>	123
3.22.	SVID/PEST analīžu Venna diagramma/ <i>Venn diagram of SWOT/PEST analysis</i>	129
3.23.	1. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – stiprās puses/ <i>The 1<sup>st</sup> scenario assessment. Fundraising trends – strengths</i>	132
3.24.	1. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – vājās puses/ <i>The 1<sup>st</sup> scenario assessment. Fundraising trends – weaknesses</i>	132
3.25.	1. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – iespējas/ <i>The 1<sup>st</sup> scenario assessment. Fundraising trends – opportunities</i>	133
3.26.	1. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – draudi/ <i>The 1<sup>st</sup> scenario assessment. Fundraising trends – threats</i>	133
3.27.	2. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – stiprās puses/ <i>The 2<sup>nd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – strengths</i>	136
3.28.	2. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – vājās puses/ <i>The 2<sup>nd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – weaknesses</i>	136
3.29.	2. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – iespējas/ <i>The 2<sup>nd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – opportunities</i>	137
3.30.	2. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – draudi/ <i>The 2<sup>nd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – threats</i>	137
3.31.	3. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – stiprās puses/ <i>The 3<sup>rd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – strengths</i>	139
3.32.	3. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – vājās puses/ <i>The 3<sup>rd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – weaknesses</i>	140



3.33.	3. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – iespējas/ <i>The 3<sup>rd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – opportunities</i>	140
3.34.	3. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – draudi/ <i>The 3<sup>rd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – threats</i>	141
3.35.	Hierarhiju shēma ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku veicināšanai/ <i>Hierarchy scheme to promote fundraising with positive dynamics</i>	142
3.36.	Ziedojumu piesaistes scenāriju izvērtēšanas kritēriju ekspertu vērtējums/ <i>Expert assessment of the criteria for evaluating fundraising scenarios</i>	143
3.37.	Ziedojumu piesaistes scenāriju vērtējums pēc kritērija “Studentu un pētnieku intereses”/ <i>Assessment of analysis scenarios according to the criterion “Interests of students and reseachers”</i>	143
3.38.	Ziedojumu piesaistes scenāriju vērtējums pēc kritērija “Valsts un pašvaldību intereses”/ <i>Assessment of scenarios for attracting donations according to the criterion “State and local government interests”</i>	144
3.39.	Līdzekļu piesaistes scenāriju vērtējums pēc kritērija “Mecenātu intereses”/ <i>Assessment of fundraising according to the criterion “Interests of patrons”</i>	145
3.40.	Ziedojumu piesaistes scenāriju vērtējums pēc visiem kritērijiem – kopsavilkums/ <i>Evaluation of fundraising scenarios according to all criteria – summary</i>	145

## **ABREVIATŪRAS UN AKRONĪMI / ABBREVIATIONS AND ACRONYMS**

AHP – Analytic Hierarchy Process

ASV – Amerikas Savienotās Valstis

BNI – Business Network International

CEO – chief executive officer

CSP – Centrālā statistikas pārvalde

EC – European Commisison

EK – Eiropas Komisija

ES – Eiropas Savienība

IKP – iekšzemes kopprodukts

IMF – International Monetary Fund

IPEDS – The Integrated Postsecondary Education Data System

LBTU – Latvijas Biozinātņu un tehnoloģiju universitāte

LGBTQ – lesbian, gay, bisexual, transgender and queer

LR – Latvijas Republika

LR EM – Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija

LR FM – Latvijas Republikas Finanšu ministrija

LR PKC – Latvijas Republikas Pārresoru koordinācijas centrs

LR UR – Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrs

LU – Latvijas Universitāte

MK – Ministru kabinets

NVO – nevalstiskās organizācijas

OSF – Open Society Foundation

PEST analysis – Political, Economic, Social, and Technological analysis

PESTLE – Political, Economic, Social, Technological, Legal and Environmental factors

PB – Pasaules Banka

REA – Rīgas Ekonomikas augstskola

RJA – Rīgas Juridiskā augstskola

RLB – Rīgas Latviešu biedrība

RSU – Rīgas Stradiņa universitāte

RTU – Rīgas Tehniskā universitāte

STEEPLE – Social, Technological, Economic, Environmental, Political, Legislative, Ethical

STEEPLED – Social, Technological, Economic, Environmental, Political, Legislative, Ethical, Demographic

SVID – stiprās, vājās puses, iespējas un draudi

ViA – Vidzemes Augstskola

VID – Valsts ieņēmumu dienests

WHO – World Health Organisation

## IEVADS/ INTRODUCTION

### Promocijas darba tēmas izvēles motivācija un pamatojums

Promocijas darba tēmas aktualitāte sakņojas augstākās izglītības pieejamības un ziedošanas nozīmībā sabiedrības izaugsmes kontekstā. Pateicoties ziedojumiem, iespējams dažādot augstākās izglītības finansējuma avotus, darīt augstāko izglītību pieejamāku kā ar augstskolas attīstības projektu, tā stipendiju finansēšanu. Turklāt ziedošana ir nozīmīgs pilsoniskās sabiedrības aktīvāko un turīgāko cilvēku pārliecības demonstrējums. Sabiedrība, kuras locekļi ziedo sabiedriskam labumam, uzņemas dziļāku atbildību par sabiedrības izaugsmi un norisēm tajā. Kopumā ziedojumu piesaiste filantropijas organizācijā rada iespēju veicināt tautsaimniecības attīstību. Filantropijas izaugsmes pētījumi Latvijā, it īpaši augstākās izglītības atbalsta kontekstā, ir īpaši nozīmīgi, jo atšķirībā no lielas daļas rietumvalstu, kur ziedošana izglītības iestādēm ir iesakņojusies tradīcija, Latvijā filantropijas attīstība pieredzējusi pārrāvumu padomju okupācijas rezultātā. Tādēļ ir aktuāli pētījumi, par pašreizējo filantropijas attīstības līmeni, ziedošanas kultūru un iespējām izmantot pasaules atziņas, lai sekmētu ziedošanas kultūru Latvijā, šajā gadījumā – atbalstot augstāko izglītību valsts dibinātās augstskolās. Filantropijai ir sena vēsture – tās attīstība aizsākusies senajā Romā. Romiešu valstsvīrs un rakstnieks Gajs Cilnijs Mecenāts (*Gaius Cilnius Maecenas*), kurš dzīvojis ap 70.–8. g. p. m. ē., vēsturē ierakstīts kā ievērojams zinātnes un mākslas cienītājs un atbalstītājs. Viņš esot atbalstījis Horāciju, dāvinot viņam villu Sabīņu kalnos, Vergīlijam palīdzējis ar īpašuma atgūšanu. Kopš tā laika vārds “mecenāts” kļuvis par sugas vārdu un tiek aktīvi lietots, lai apzīmētu personas, kas brīvprātīgi nodarbojas ar zinātnes, mākslas un izglītības materiālo atbalstu (Latvijas Konversācijas vārdnīca..., 1935.-1936.)

Savukārt latviešu filantropijas pirmsākumi meklējami cariskās Krievijas laikā 19. gs. vidū. To veicināja jaunlatviešu kustība un Rīgas Latviešu biedrības (RLB) dibināšana 1868. gada 16. augustā. Līdz ar Latvijas Republikas proklamēšanu un Latvijas Universitātes dibināšanu, notika plaša mēroga ziedojumu piesaiste studentu un pētnieku projektu atbalstam. Jāuzsver, ka padomju okupācijas 50 gadi sagrava filantropijas tradīcijas valstī. Atjaunojoties Latvijas valsts neatkarībai, tika atjaunotas arī vairākas organizācijas, kas darbojās Latvijā starpkaru periodā un īstenoja filantropijas projektus. Universitātes papildus valsts finansējumam arvien aktīvāk meklē ziedojumus dažādām stipendijām un pētniecības projektiem no privātajiem mecenātiem un uzņēmējiem. Tas norāda, ka universitāšu izmaksas pārsniedz ieņēmumus (Sato, 2005). 21. gadsimta sākumā universitātes saskaras ar vēl nebijušām iespējām (Orlikov, 2006), saņemot valsts un dažādu Eiropas grantu finansējumu, tomēr, lai to piesaistītu, jāatrod papildu finansējums no mecenātiem – kā privātpersonām, tā uzņēmumiem – lai varētu konkurēt pasaules tirgū un pierādīt savu konkurētspēju arī nacionālajā līmenī. Lai universitātes varētu pilnvērtīgi konkurēt izglītības un pētniecības jomā, tās nedrīkst apstāties pie sasniegtā. Tieši tāpēc ir svarīgi paplašināt privātā sektora iesaisti universitāšu attīstībā un tas ir filantropijas uzdevums (Cutlip, 1990; Hall, 1992; Prince, 1994), sekmēt privāto un uzņēmumu ziedojumu apjoma, kā arī skaita palielināšanos, kas domāti dažādiem universitāšu projektiem. Lai to paveiktu, jāizzina esošo un potenciālo mecenātu identitāte. Mecenātu identitātei un motivācijai veltīti pētījumi sniedz stratēģiski svarīgas atziņas, kas ļauj uzlabot ziedojumu vākšanas praksi un stiprina ziedošanas kultūras pamatus. Jāatzīmē, ka izpētes darbs jāveic nepārtraukti, it sevišķi pirms ziedojumu kampaņu uzsākšanas, tās laikā un arī pēc tās. Izpētes rezultāti kalpo par pamatu ziedojumu piesaistes stratēģiju izstrādē un realizācijā, ko veic filantropijas praktiķi – speciālisti, kas sabiedriskajās organizācijās atbildīgi par ziedojumu piesaisti un sadarbību ar esošajiem un potenciālajiem atbalstītājiem. Jo vairāk profesionālu darbinieku strādā filantropijas organizācijās, jo lielāka varbūtība sekmīgākai ziedojumu piesaistes tendencei. Filantropijas praktiķiem jāpilnveido savas profesionālās kompetences, turklāt atbilstoši tehnoloģiju sniegtajām iespējām. Augstskolu filantropijas organizācijās filantropijas praktiķu darbs nozīmē arī zināšanas un prasmes, lai varētu pilnvērtīgi uzturēt attiecības ar studentiem un mecenātiem, īpaši ar absolventiem. Absolventi ir vērtīgākā

ziedojumu piesaistes mērķauditorija augstskolu atbalsta jomā. Lai veidotu sekmīgas attiecības ar absolventiem, nepieciešama savlaicīga studentu iesaistīšana augstskolas dzīvē. Svarīgi arī uzturēt regulāras attiecības ar absolventiem, informējot viņus par iespējām iesaistīties augstskolas dzīvē dažādos veidos – sniedzot padomus, piedaloties pasākumos un ziedojot.

Nodokļu atlaides ziedojumu piesaistē dod iespēju uzņēmumiem un privātpersonām saņemt nodokļu atlaides, kas pieejamas ziedotājiem. Lai tās saņemtu, filantropijas organizācijām jāiegūst sabiedriskā labuma statusu. Šo statusu piešķir Latvijas Republikas Finanšu Ministrijas izveidota īpaša komisija, izvērtējot biedrību un nodibinājumu iesniegumus. Statusa spēkā esamība tiek pārskatīta ik gadu. To veic Sabiedriskā labuma statusa komisija.

Latvijā un Baltijā līdz šim vēl nav veikts tik apjomīgs pētījums, kas veltīts augstskolu filantropijas organizāciju darba izvērtējumam. Pētījums dos būtisku impulsu valsts dibināto augstskolu filantropijas organizāciju darbības uzlabošanā, jo dos iespēju šīm organizācijām uzlabot ziedojumu piesaistes stratēģiskos un tehniskos aspektus, rezultātā palielinot ziedojumu apjomu un skaitu, kā arī stiprinot ziedošanas kultūras pamatus ilgtermiņā. Pētījums papildinās pasaulē esošo zinātnisko bāzi par ziedojumu piesaisti. Pētījumā iegūtie dati izmantojami, lai veiktu salīdzinājumus ar citu valstu pieredzi ziedojumu piesaistē.

**Hipotēze:** filantropijas organizāciju attīstības iespējas, filantropijas praktiķu profesionalitāte un nodokļu atlaides ir faktori, kas pozitīvi ietekmē ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās.

**Pētījuma objekts:** ziedojumu piesaiste, bet pētījuma **priekšmets** – faktori, kas ietekmē ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās.

**Promocijas darba mērķis:** Izvērtēt starptautisko pieredzi, ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās Latvijā un noteikt scenāriju, kuram piemīt pozitīva dinamika uz ziedojumu piesaistes tendencēm valsts dibinātajās augstskolās, lai uzlabotu ziedojumu piesaisti.

#### **Mērķa sasniegšanai izstrādātie un risinātie darba uzdevumi:**

- 1) izpētīt augstskolu filantropijas organizāciju darbības vēsturiskos un teorētiskos aspektus, kā arī ziedojumu piesaistes tendences Latvijā un pasaulē, pastiprinātu vērību veltot laika periodam no 2011. gada līdz 2022. gadam;
- 2) izpētīt normatīvos aktus, kas nosaka darbības principus, ierobežojumus valsts dibinātajām augstskolu filantropijas organizācijām ar sabiedriskā labuma statusu, kā arī analizēt ziedojumu piesaistes teorijas;
- 3) piedāvāt scenārijus valsts dibināto augstskolu filantropijas organizācijām, izstrādājot rekomendācijas ziedojumu piesaistes sekmēšanai Latvijā valsts dibinātajās augstskolās.

#### **Izmantotās pētījumu metodes:**

- 1) *kontentanalīze un monogrāfiskā metode* izmantota literatūras apskatam un lai izpētīt augstskolu filantropijas organizāciju darbības vēsturiskos un teorētiskos aspektus, kā arī normatīvos aktus un ziedojumu piesaistes teorijas;
- 2) *matemātiskās statistikas analīzes metodes* – Pīrsona korelācijas analīzes metode izmantota, lai izpētīt ziedojumu piesaistes tendences, Hi-tests izmantots hipotēžu pārbaudei;
- 3) *SVID un PEST analīze* izmantota, lai izpētīt ziedojumu piesaistes iespējas Latvijas valsts dibinātajās augstskolās;
- 4) *kvalitatīvo un kvantitatīvo pētījumu pieeja:* ekspertu intervijas un uzņēmēju aptauja, sekundāro datu analīze no Lursoft datu bāzes un no Sabiedriskā labuma statusa organizāciju reģistra – izmantota, lai izpētītu filantropijas tendences;
- 5) *analīzes un sintēzes metode, hierarhijas analīzes metode un loģiski konstruktīvā metode* izmantota, lai interpretētu pētījumu rezultātus, formulētu secinājumus, noskaidrotu ziedojumu piesaistes tendences un izstrādātu ieteicamos rekomendācijas ziedojumu piesaistei.

**Pētījums balstīts uz** zinātniski teorētisko literatūru, nozari regulējošiem tiesiskajiem aktiem un autores pētījuma gaitā iegūto datu analīzi. Izmantoti daudzu ārvalstu un Latvijas autoru darbi, tai skaitā: R. Bekers (*Bekkers*), N. D. Drēzners (*Drezner*), A. Sārdžents (*Sargeant*), R. A. Bāde (*Baade*), J. O. Sundbergs (*Sundberg*), D. Kempbels (*Campbell*), G. Mūre (*Moore*), M. Mecgers (*Metzger*), K. Volfarte, u.c.

#### **Pētījuma ierobežojumi**

Pētījumā iekļautas Latvijas valsts dibināto augstskolu filantropijas organizācijas, kurām laika posmā no 2011. līdz 2022. gadam bija spēkā esošs sabiedriskā labuma statuss.

Pētījumā veikta ekskluzīva, slēgta kluba “Business Network International Morbergs” 50 biedru aptauja.

Dati par Latvijas valsts dibināto augstskolu filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendencēm aptver laika periodu no 2015. līdz 2022. gadam.

#### **Pētījuma veikšanas periods**

Pētījuma veikšanas periods ir laika posms no 2016. līdz 2024. gadam.

#### **Pētījuma novitātes**

- Iztanalizēts normatīvais regulējums, kas ietekmē ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās Latvijā.
- Apkopoti un izanalizēti faktori, kas ietekmē ziedojumu piesaistes tendences Latvijas valsts dibinātajās augstskolās.
- Piedāvāti attīstības scenāriji, kā uzlabot ziedojumu piesaistes tendences Latvijas valsts dibinātajās augstskolās.
- Sagatavotas rekomendācijas Latvijas valsts, pašvaldību institūcijām, valsts dibināto augstskolu vadībai un filantropijas organizācijām, lai pilnvērtīgāk uzlabotu darbu ziedojumu piesaistē valsts dibināto augstskolu dibinātajās filantropijas organizācijās.

#### **Zinātniskais nozīmīgums**

- Definēts faktoru kopums, kas ietekmē ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās.
- Izmantojot autores izstrādāto kvalitatīvo un kvantitatīvo pētījumu instrumentāriju, kas adaptēts šādas specifiskas problēmas izpētei, izvērtēti faktori, kas ietekmē ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās.
- Papildināta nacionālā līmeņa pētnieciskā bāze par ziedojumu piesaisti, izmantojot zinātniskās pētījumu metodes, apkopots plašs zinātniskās literatūras klāsts par līdzekļu piesaistes augstskolām teorētisko diskursu, kas izmantojams vadībzinātņu un sabiedrisko, īpaši – sabiedriskā labuma organizāciju administrēšanas kursu docēšanai.

## **Tautsaimnieciskais nozīmīgums**

Promocijas darba rezultāti izmantojami Latvijas valsts un pašvaldību iestāžu, valsts dibināto augstskolu vadības un filantropijas organizāciju darbā. Darba rezultāti ir būtiski valsts dibināto augstskolu vadībai un filantropijas organizācijām, kas var izmantot autores sagatavotās rekomendācijas un scenārijus, lai uzlabotu ziedojumu piesaistes rādītājus. Jo vairāk ziedojumu, jo lielākas investīcijas iespējams ieguldīt cilvēkresursos, kas ilgtermiņā sniegs atdevi tautsaimniecībai caur nodokļu maksājumiem, kā arī rosinās jaunu ziedojumu piesaisti pētniecības projektiem no dažādiem starptautiskiem grantiem.

**Promocijas darba struktūra** veidota atbilstoši izvirzītajai hipotēzei, noteiktajam mērķim un definētajiem uzdevumiem un sastāv no trijām nodaļām.

**Pirmajā nodaļā** raksturoti augstskolu filantropijas organizāciju darbības vēsturiskie un teorētiskie aspekti, kā arī ziedojumu piesaistes tendences Latvijā un pasaulē, analizēti dažādu autoru viedokļi par ziedojumu piesaistes nozīmīgumu, konstatējot nepietiekamu bāzes finansējumu augstākajai izglītībai. Apskatīts absolventu devums savām augstskolām, mecenātu un potenciālo mecenātu profili, to motivācija ziedot, ietekmes un korporatīvās filantropijas nozīme augstākās izglītības atbalstīšanā, filantropijas praktiķu nozīmīgā loma ziedojumu piesaistē, studentu iesaistīšana augstskolas dzīvē.

**Otrajā nodaļā** apskatīti galvenie tiesiskie akti, kas regulē biedrību un nodibinājumu darbu un normatīvie akti, kas nosaka tiesības biedrībām un nodibinājumiem izmaksāt stipendijas un nodokļu atlaižu principi ziedotājiem. 2. nodaļā analizēta jēdziena “ziedojums” izpratne un apskatītas ziedojumu piesaistes teorijas.

**Trešajā nodaļā** analizētas ziedojumu piesaistes vispārīgās tendences starp uzņēmējiem un augstskolu mecenātiem, kā arī valsts dibināto augstskolu filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendences. Veikta pētījuma gaitā iegūto datu analīze, kas dod iespēju izstrādāt iespējamus attīstības scenārijus, kuri pozitīvi ietekmētu ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās.

Darba nobeigumā formulēti galvenie pētījuma rezultāti, kā arī problēmas, izvirzīti priekšlikumi to risināšanai.

### **Aizstāvamās tēzes**

1. Ziedojumu piesaistes pētījumos, kuri atspoguļoti dažādos zinātniskajos avotos, norādīts uz būtiskiem filantropijas organizāciju darbības virzieniem, to aspektiem ziedojumu piesaistes pozitīvai dinamikai.
2. Nodokļu atlaižu politika paredz iespējas saņemt nodokļu atlaides uzņēmumiem un privātpersonām, filantropijas organizāciju līdzekļu piesaistes tendences ir līdzīgas, kaut arī ne vienmēr datu uzskaites principi ir vienādi.
3. Ziedošanas kampaņas ir efektīvs ziedojumu piesaistes instruments.
4. Latvijā valsts dibināto augstskolu filantropijas organizācijas pilnībā neizmanto potenciālu attiecībā uz attīstības iespējām, kuras paver investīcijas filantropijas organizāciju darba kvalitātes uzlabošanai.

Promocijas darba apjoms doktora (*Ph. D.*) zinātniskā grāda iegūšanai sociālās zinātnēs ir 212 lappuses, ieskaitot pielikumus. Darbā ir 5 tabulas, 51 attēls, 7 pielikumi, izmantoti 304 informācijas avoti, t.sk. 263 angļu valodā.

Promocijas darbs aprobēts 7 zinātniskās publikācijās starptautiskos recenzētos izdevumos un 20 starptautiskajās zinātniskajās konferencēs.

Promocijas darbs tapis ar Valsts pētījuma programmu projekta “Latvijas valsts un sabiedrības izaicinājumi un to risinājumi starptautiskā kontekstā” INTERFRAME-LV, ESF projekta ‘LLU pāreja uz jauno doktorantūras finansēšanas modelis’ un programmas “Zinātniskās kapacitātes stiprināšana LLU” projekta Nr. 8.2.2. specifiskā atbalsta mērķa “Stiprināt augstākās izglītības institūciju akadēmisko personālu stratēģiskās specializācijas jomās” un “Ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās Latvijā” finansiālu atbalstu.

# 1. AUGSTSKOLU FILANTROPIJAS ORGANIZĀCIJU DARBĪBAS VĒSTURISKIE VEIDOŠANĀS UN TEORĒTISKIE ASPEKTI UN TENDENCES/ *HISTORICAL, THEORETICAL AND FORMATIVE ASPECTS AND TENDENCIES OF THE PHILANTHROPICAL ORGANISATION OPERATION*

Pirmajā nodaļā apskatīti augstskolu filantropijas organizāciju darbības vēsturiskie un teorētiskie aspekti, kā arī ziedojumu piesaistes tendences Latvijā un pasaulē. Analizēti dažādu autoru viedokļi par ziedojumu piesaistes nozīmīgumu, nepietiekamu finansējumu augstākajai izglītībai, absolventu devumu savām augstskolām. Analīzē vērtēta arī nozīme, kas piešķirama mecenātu un potenciālo mecenātu identitātei, to motivācijai ziedot un nodokļu atlaižu lomai ziedojumu piesaistē, kā arī ietekmes un korporatīvās filantropijas nozīme augstākās izglītības atbalstīšanā, filantropijas praktiķu nozīmīgo lomu ziedojumu piesaistē un studentu iesaistīšanu augstskolas dzīvē.

## 1.1. Filantropijas vēsturiskā attīstība pasaulē un Latvijā, filantropijas formas, pieejas un veidi/ *Historical development of philanthropy worldwide and in Latvia, types, forms and components of philanthropy*

Filantropijas vēsturiskā attīstība aizsākusies senajā Romā. Romiešu valstsvīrs un rakstnieks Gajs Cilnijs Mecenāts, kurš dzīvojis ap 70. pr. Kr. - 8 pr. Kr., esot bijis liels zinātnes un mākslas cienītājs un atbalstītājs. Viņš esot atbalstījis Horāciju, dāvinot viņam villu Sabīņu kalnos, palīdzējis Vergīlijam ar īpašuma atgūšanu. Tā “Mecenāts” kļuvis par sugas vārdu un lietots vēl šodien (Latvijas Konversācijas..., 1935.-1936.). Avoti liecina, ka ne visi, kas saņēma atbalstu no Mecenāta, bijuši vienisprātis ar viņa politiskajiem uzskatiem. Tomēr Mecenāts turpinājis atbalstu, tā apliecinot, ka ziedošana ir nesavtīgs atbalsts, neprasot no labuma saņēmēja kādu pretpakalpojumu. Šo principu filantropijas organizācijas ievēro arī mūsdienās.

**Klasiskā filantropijas definīcija** skan šādi: filantropija ir vēlme veicināt cilvēku labklājību ar dāsniem ziedojumiem, lai sasniegtu labus mērķus. Savukārt **jēdziens “ziedojums” klasiskā definīcija:** ziedojums ir kaut kas, kas tiek dots personai vai organizācijai, piemēram, labdarības organizācijai, lai viņiem palīdzētu (ziedojuma juridiskā definīcija sīkāk apskatīta turpmāk, 2.2. apakšnodaļā). Filantropijas organizācijas izvirzījušas daudzveidīgus filantropijas mērķus, balstoties filantropijas definīcijā. Piemēram, Britu muzeja (The British Museum...) filantropijas mērķis ir atbalstīt divus miljonus gadu ilgu pasaules vēsturi un kultūru, tās saglabāšanu un popularizēšanu. Vienas no vecākajām filantropijas organizācijām Amerikas Savienotajās valstīs, Rokefellera (Rockefeller Foundation...) mērķis ir palielināt enerģijas resursu, veselības aprūpes pieejamību un paplašināt ekonomiskās iespējas. Austrālijas sabiedriskās organizācijas “Austrālijas filantropija” (Philanthropy Australia...) sastāvā ir vairāk nekā 700 biedru, organizācijas mērķis ir atbalsts filantropijas organizācijām, lai veidotu kvalitatīvāku filantropijas vidi.

Līdz ar kristietības rašanos nostiprinājās tendence ziedot baznīcai vismaz desmito tiesu no ienākumiem, savukārt baznīcu ietvaros radās mācību iestādes, attīstījās pamati nākotnes Rietumeiropas augstskolām. Tādējādi daļa baznīcu ievāktu ziedojumu ar laiku tika izlietoti izglītības un zinātnes sākotņu atbalstam, līdz nostiprinājās no baznīcas neatkarīgas augstskolas. Rodamas liecības, ka Rietumeiropas pirmās augstskolas – Boloņas universitātes, kas dibināta 1088. gadā, studenti un absolventi ziedojuši savai universitātei, lai atbalstītu docētāju zinātniskās iniciatīvas (Università di Bologna...).

**Filantropijas formas, pieejas un veidi/ Types, forms and components of philanthropy**

Formāts	Apraksts
Pieejas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mecenātu motivācija: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ “morāli motivētie” ziedojumi;</li> <li>○ kvazitaksācija</li> </ul> </li> <li>• ziedojumu adresātu reakcija: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ziedojuma adresāta neatkarība no ziedotāja uzskatiem;</li> </ul> </li> <li>• ziedojuma adresāta atbalsts ziedotāja uzskatiem</li> </ul>
Veidi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bāze: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ vienreizējs vai regulārs ziedojums;</li> <li>○ testamentārs ziedojums</li> </ul> </li> <li>• saturs: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ziedojums naudā;</li> <li>○ ziedojums graudā;</li> <li>○ pro bono pakalpojumi;</li> </ul> </li> <li>• brīvprātīgs darbs</li> </ul>
Formas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuāls ziedojums; <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Līdzziedojums</li> </ul> </li> </ul>

Avots: autores pētījums un konstrukcija

12. un 13. gs., īpaši mūsdienu Itālijas teritorijā, attīstījās turīgu pilsoņu iniciatīvas ar mērķi celt slimnīcas un pansionātus senioriem. 1521. gadā Venēcijā pastāvēja 120 nelielas un 5 lielas filantropijas organizācijas. Anglijā 18. gs. sākumā saskaņā ar Labdarības likuma noteikumiem visiem maksāspējīgajiem iedzīvotājiem bija jāmaksā papildus nodoklis, kuru dēvēja par labdarības nodokli. Bija arī gadījumi, kad filantropijas organizācijas tika dibinātas politisku motīvu dēļ. Piemēram, 1828. gadā Briseles mērs nodibināja filantropijas organizāciju “Briseles filantropijas sabiedrība” (Cunningham, 2013). Līdzīgas organizācijas tika dibinātas arī citās Eiropas galvaspilsētās.

Savukārt Handlins (*Handlin*) apskata filantropijas tendences Minu dinastijas laikā. Pēc Minu dinastijas krišanas 1644. gadā literāti apšaubīja sociālo hierarhiju, atzina tirgotājus par filantropiem, kā arī mainīja dāvanu un ziedojumu izpratni. Vēlīnās Minu dinastijas laikā pastāvošā filantropijas sasaiste ar augstu morāli radīja priekšstatu, ka atbalsta saņēmēji ir tieši saistīti ar saviem labdariem. Filantropijas morālā mērķa vājināšanās un ziedotāju un labuma guvēju ciešo attiecību akcentēšana būtībā devalvēja filantropijas vērtību sistēmu (izmantojot piespiedu ziedojumus un tā saukto “kvazitaksāciju” (angl. *quasi-taxation*) – maksājumu, kuram piemīt nodoklim līdzīgs, obligāts raksturs), tādējādi samazinot individuālās iniciatīvas telpu un tās nozīmi (Handlin, 1998).

Mecenātu motivācija ir dažāda. Piemēram, izcilo izgudrotāju, ķīmiķi un sekmīgo uzņēmēju Albertu Nobelu ziedot mudināja vēlme kaut nedaudz mazināt kaitējumu, ko nesis viņa izgudrojums – dinamīts. Kaut arī sākotnēji to bija paredzēts izmantot miermīlīgiem mērķiem, tomēr dinamīts kļuva par cilvēku dzīvību iznīcinātāju kara apstākļos. Gadu pirms nāves A. Nobels sastādījis testamentu, kurā paredzējis, ka 31 miljons kronu (mūsdienu ekvivalents – 3 miljoni eiro), veidos neaizskaramo pamatkapitālu, no kura augļiem piešķiramas Nobela prēmijas izciliem zinātniekiem medicīnā, literatūrā, ķīmijā un fizikā. Atsevišķa prēmija paredzēta personībām, kuras veicinājušas mieru pasaulē. Kopš 1901. gada Nobela prēmijas saņēmušas 923 privātpersonas un 27 organizācijas. 2019. gadā vienas Nobela prēmijas apjoms bija 9 miljoni kronu (mūsdienu ekvivalents – 856 000 eiro) (Nobel Prize facts...). Šis nozīmīgais testamentārais novēlējums apliecina tam, ka arī pēc vairāk kā simts gadiem pasaules zinātnes līderi un sabiedriskās domas veidotāji piemin mecenātu un viņa ieguldījumu šīs prestižās prēmijas radīšanā.



Savukārt mecenāts Džons Hopkins (John Hopkins) testamentā novēlēja līdzekļus, lai nodibinātu slimnīcu, koledžu, universitāti un bērnu namu Vašingtonā. Džona Hopkinsa universitāte studentiem durvis vērā 1876. gadā. Šis bija viens no savā laikā lielākajiem testamentārajiem novēlējumiem Amerikas Savienotajās Valstīs. Audzis 11 bērnu ģimenē, mecenāts kļuva par veiksmīgu uzņēmēju, investējot jaunās industriālās nozarēs, bet jau kopš jaunības vēlējās atbalstīt akadēmiski izglītotus cilvēkus, bāreņus un ar veselības aprūpi saistītus projektus (Johns Hopkins University...).

Dažādi filantropijas projekti īstenoti, pateicoties mecenātu vēlmei attīstīt kādu noteiktu pētniecības virzienu. Piemēram, Britu muzejs, pasaules vecākais sabiedriskais muzejs, tika dibināts 1753. gadā, pateicoties īru mecenāta, ārsta un zinātnieka Hansa Slouna (*Hans Sloane*) ziedotajai vērienīgajai kolekcijai, kuru veidoja 80 000 dabiskie un mākslīgie retumi, 40 000 grāmatas un manuskripti, kā arī 32 000 monētas. Britu muzejs, pateicoties mecenātu ziedojumiem, var uzturēt kolekcijas, kas ik gadu priecē vismaz 6 miljonus apmeklētāju. Britu muzeju atbalsta mecenāti no visas pasaules. ASV nodibināta filantropijas organizācija "Britu muzeja Amerikas draugi" (American Friends of the British Museum...).

Mūsdienās filantropijas joma pasaulē ir tradīcijām bagāta. Ar ziedojumu vākšanu nodarbojas organizācijas, kurām ir vairākus gadu desmitus liela pieredze, bieži tās saņem ziedojumus no mecenātu ģimenēm vairākās paaudzēs. Viens no spilgtākajiem piemēriem ir Rokefellera fonds, kuru Rokefelleru ģimene nodibināja 1913. gadā ar mērķi veicināt cilvēces labklājību pasaulē. Pirmo nozīmīgo ziedojumu saņēma Amerikas Sarkanais krusts, lai realizētu ar sabiedrības veselības uzlabošanu saistītus projektus. Dāsnie ziedojumi tik lielā mērā ietekmēja sabiedrības dzīves kvalitāti un vides aizsardzību, ka ASV valdību sāka mākt bažas par fonda pārāk lielo neatkarību, jo vērienīgās izmaiņas netika saskaņotas ar politiku programmām. Pašlaik Rokefellera fonds atbalsta daudzveidīgus projektus visā pasaulē, piemēram, ekonomisko iespēju iniciatīvu ASV mazāk atalgotu cilvēku labklājības uzlabošanai, sabiedrības veselības projektus; izcilus izglītības projektus, tai skaitā ziedojot ievērojamas summas Džona Hopkinsa universitātei. Rokefellera fondam ir filiāles Itālijā, Āzijā un Āfrikā.

Krīzes motivē filantropijas organizācijas arvien uzlabot ziedojumu vākšanas un komunikācijas metodes. Līdz ar to, ka ASV strauji saruka valdības atbalsts augstskolām, universitāšu filantropijas organizācijas investēja līdzekļus absolventu datu bāzu veidošanā, lai sekmīgāk varētu uzrunāt absolventus, aicinot tos ziedot savai *alma mater*. Mūsdienās šajās datu bāzēs var atrast informāciju par absolventu ģimenes stāvokli, ienākumiem, labklājības līmeni, politiskajiem uzskatiem. Jau kļuvis ierasts, ka lielāko universitāšu budžeta daļu veido absolventu ziedojumi.

Neizpaliek arī "darvas pilieni medus mucā". Kanādas filantropijas pētnieki 2015. gadā prezentēja pētījumu, kurā atklāts, ka tad, kad pēc kārtējās cunami nelaiimes Taizemē parādījās vairāki simti ziedošanas portālu, kas vāca ziedojumus nelaimē cietušo atbalstam, daļa šo ziedošanas portālu ievāktos ziedojumus neizmantoja paredzētajiem mērķiem.

Arvien biežāk filantropijas organizācijas īsteno projektus, kuri sekmē izcilību mākslā, zinātnē un mūzikā. Piemēram, jauno pasaules mūzikas talantu kalve "Curtis", kas darbojas Filadelfijā, ik gadu atbalsta 175 studentus no visas pasaules. Organizācijas mērķis ir iedvesmot pasaules mūzikas kopienu ar augstas kvalitātes mūziku. 1934. gadā šo mūzikas iestādi absolvēja Semjuels Bārbers (*Barber*), 1941. gadā – Leonards Bernsteins (*Bernstein*) (Curtis Institute of Music...). "Curtis" darbojas tikai pateicoties mecenātu atbalstam. Tas ir piemērs, ka mecenātu ģimenes ziedo jau piektajā paaudzē.

Viena no ievērojamākajām beidzamo gadu ziedojumu vākšanas kampaņām ir ugunsgrēkā cietušās Parīzes Dievmātes katedrāles atjaunošanas projektam. Ziedojumus aktīvi vāc ASV reģistrētā filantropijas organizācija "Parīzes Dievmātes katedrāles draugi" (Friends of the Notre-Dame de Paris...). Pirmajās 24 stundās kopš ugunsgrēka izcelšanās šai filantropijas organizācijai tika saziēdota viens miljons eiro. Kopumā 2019. gadā šim mērķim ziedojuši 10 500 ziedotāji no vairāk kā 50 valstīm. Pirmos vērienīgos ziedojumus veica turīgākās Francijas ģimenes, uzņēmumi un to vadītāji: Bernārs Arno (*Arnault*), Francijas kosmētikas

grupa "L'Oreal" un Bettenkortu Meijeru (*Bettencourt Meyers*) ģimene, Fransuā un Fransuā Anrī Pino (*Pinault*) (Bagātnieku solītie...). Šī vērienīgā ziedojumu vākšanas kampaņa demonstrē, ka līdzjutība pret cietušo kultūras, mākslas un reliģisko pieminekli vieno cilvēkus visā pasaulē, motivējot ziedot savas rocības robežās, tā apliecinot savu solidaritāti.

Filantropijas procesi Latvijas teritorijā aizsākušies ar kristīgās baznīcas normu piemērošanu. Sākot no 12. gs. beigām, tās paredzēja ziedojumus baznīcas un draudzes vajadzībām. Noteiktais ziedojumu apmērs bija "desmitā tiesa" – 10% no ienākumiem. Nozīmīgākais ziedojums, kas ietekmējis mūsdienu izglītību un zinātni, kalpojot par pamatu Rīgas Politehniskās augstskolas nodibināšanai 1862. gadā. No kopīgiem pilsētas iedzīvotāju solidaritātes projektiem jāmin Vērmanes dārza veidošanās vēsture, kad 1813. gadā tika dibināta "Priekšpilsētas apstādījumu komiteja", kura deva iespēju katram rīdziniekam, kas pilsētas kasē iemaksāja vienu rubli, iestādīt kociņu Vērmanes dārzā. Parks ar laiku ieguva nosaukumu "Vērmanes dārzs", jo Anna Ģertrūde Vērmane veica vislielāko ziedojumu, turklāt testamentā iekļāva norādi par ziedojumu 2 000 rubļu apmērā (Volfarte, 2009).

Savukārt latviešu tautas filantropijas pirmsākumi meklējami cariskās Krievijas laikā 19. gs. vidū. To veicināja jaunlatviešu kustība un Rīgas Latviešu biedrības (RLB) dibināšana 1868. gada 16. augsutā (Volfarte, 2009).

RLB varēja uzsākt savu mērķu realizēšanu, kopā sanākot turīgiem uzņēmējiem, intelīģences pārstāvjiem, lai palīdzētu trūkcietējiem un veicinātu garīgu izaugsmi. Pastāvēšanas laikā tika realizēti vairāki vērienīgi projekti: rīkoti Vispārējie latviešu dziesmu svētki, pētnieks Kārlis Mīlenbahs uzsāka darbu pie latviešu valodas vārdnīcas. RLB nodibināja pirmo latviešu teātri, Kārlis Bergs un Henrijs Visendorfs ar ziedojumiem atbalstīja Krišjāņa Barona savākto dainu krājumu izdošanu. Populāri bija arī ziedojumi graudā un *pro bono* (augstu vērtētu ekspertu bezatlīdzības konsultācijas) (Volfarte, 2009).

Vislielāko ieguldījumu latviešu akadēmiskās intelīģences veidošanā un attīstībā deva RLB stipendijas centīgiem latviešu studentiem, lai tie varētu studēt Pēterburgas, Maskavas, Tērbatas un citās cariskās Krievijas universitātēs. Šīs stipendijas neatbilst mūsdienu terminam "stipendija", – tās bija aizdevumi, kas, pabeidzot studijas, noteiktā laika posmā bija jāatmaksā RLB, lai biedrība šos ziedojumus varētu no jauna ieguldīt citos filantropijas projektos. RLB atskaites liecina, ka laika posmā no 1878. līdz 1903. gadam biedrība izmaksājusi 880 studentiem 33 000 Krievijas rubļu stipendijās (mūsdienu ekvivalents – 391 000 eiro). Projekti, kurus par ziedojumu līdzekļiem īstenoja jaunlatvieši un RLB, devuši pamatu latviešu akadēmiskās intelīģences, mākslinieku, mūziķu un sabiedrisko darbinieku izaugsmei (Volfarte, 2009).

20. gs. sākumā ievērojamākais latviešu filantrops bija uzņēmējs Augusts Dombrovskis, kurš dibināja skolas un bērnudārzus. A. Dombrovskis sniedza palīdzību latviešu rakstniekiem, mūziķiem un māksliniekiem ar atturības biedrības "Ziemeļblāzma" atbalstu, nodrošinot pansiju atsevišķā namā. Ar savu un domubiedru ziedojumiem 1904. gadā tika iekopts plašs parks 5 ha apmērā (Grāpis, 2006). Mūsdienās kultūras pils "Ziemeļblāzma" ir atjaunota un tajā notiek aktīva kultūras dzīve.

Latviešu filantropijas vēstures pirmais posms noslēdzās līdz ar Latvijas valsts (1918. gadā) un Latvijas Universitātes (1919. gadā) nodibināšanu.

19. gs. beigās un 20. gs. sākumā ekonomiskajā attīstībā bija vērojama intensīva ēku celtniecība. Tā deva iespēju latviešiem kļūt turīgiem relatīvi īsā laika posmā. Viens no piemēriem ir līdz šim lielākais LU mecenāts Kristaps Morbergs, kura labklājības pamatā bija celtniecības projekti. K. Morbergs testamentu mainījis trīs reizes: 1911. gadā visu mantu novēlēja RLB, bet, ja tā izbeigtu darbību, tad dāsno testamentāro novēlējumu saņemtu Rīgas pilsēta. Savukārt tieši sešus gadus pēc LU nodibināšanas K. Morbergs veica būtiskus labojumus testamentā, par savu universālmantinieci ieceļot LU ar nosacījumu, ka mecenāta dzīvesbiedrei Augustei Morbergai līdz viņas mūža galam izmaksājama kompensācija no viena mantotā nama īres peļņas. Testamentārā novēlējuma mērķis bija atbalstīt trūcīgus un centīgus studentus, kā arī dažādus pētniecības projektus un bibliotēku. LU ar K. Morberga dāsno ziedojumu no 1929.

gada līdz 1939. gada 1. jūlijam stipendijās 81 LU studentam un jaunajam pētniekam izmaksāja 149 201 latu (mūsdienu ekvivalents – 800 000 eiro). Piemēram, K. Morberga stipendija, kura tika izmaksāta piecu gadu garumā 7 000 latu apmērā (mūsdienu ekvivalents – 35 000 eiro) deva iespēju pabeigt studijas Rietumeiropas arhīvos tautsaimniecības pētniekam Edgaram Dunsdorfam (Kundziņa, 2012). Pateicoties šai stipendijai, E. Dunsdorfs īsi pirms Otrā Pasaules kara beigām aizstāvēja doktora disertāciju un vēlāk kļuva par vienu no 20. gs. nozīmīgākajiem latviešu vēsturniekiem. Tas ir apliecinājums, ka mecenātu ziedojumiem, kuri atbalsta izcilus pētniekus, piemīt nozīmīga pievienotā vērtība.

Viena no ziedošanas kampaņām, kura apliecināja visas Latvijas iedzīvotāju solidaritāti, bija ziedojumu vākšana Brīvības pieminekļa celtniecībai. 1927. gadā dibinātā Brīvības pieminekļa komiteja, kas darbojās 13 aprīņos, 8 gadu laikā ziedojumos savāca 3 miljonus latu (mūsdienu ekvivalents – 15 miljoni eiro). Ziedot varēja, iegādājoties īpašas ziedojumu zīmes dažādos apmēros. Arī skolēniem bija paredzētas ziedojumu zīmes 50 santīmu apmērā. Pateicoties Latvijas iedzīvotāju dāsnajiem ziedojumiem, Brīvības pieminekli atklāja 1935. gada 18. novembrī Savukārt no 1998. līdz 2007. gadam darbojās Brīvības pieminekļa atjaunošanas fonds, ko dibināja pēc trimdas tautiešu iniciatīvas (Brīvības pieminekļa...).

Otra iespējama ziedojumu vākšanas kampaņa bija saistīta ar valsts prezidenta Kārļa Ulmaņa un LU vadības iniciatīvu, lai iegādātos augstas kvalitātes ērģeles, kas atrodas LU Lielajā aulā. Kampaņa ilga 112 dienas – no 1935. gada 9. septembra līdz 1936. gada 21. februārim. Šīs kampaņas ietvaros pieņēma naudas ziedojumus, *pro bono* atbalstu un dāvinājumus graudā, noorganizējot trīs labdarības koncertus, – visi ienākumi no šiem koncertiem tika novirzīti ziedojumu kampaņas mērķim. Valsts prezidents pasludināja šo kampaņu par līdz ziedojuma kampaņu. Par katru Latvijas sabiedrības ziedoto latu Latvijas valsts ziedojuma kampaņas mērķa fondā iemaksāja otru latu. Kopējais ziedojumu apjoms pēc mūsdienu ekvivalenta bija 177 500 eiro. Savukārt 2013. gadā ziedojumus LU ērģeļu atjaunošanai veica 365 privātpersonas un uzņēmumi, kopā saziēdot 41 765 eiro (Kundziņa, 2013).

Vēl viena valsts prezidenta Kārļa Ulmaņa iniciatīva bija Draudzīgā aicinājuma kampaņa, kas tika iedibināta 1935. gada 28. janvārī. Kampaņas mērķis bija veicināt ziedojumus graudā – tas bija aicinājums bijušajiem skolu absolventiem ziedot grāmatas un gleznas savām skolām. Starpkaru laikā tika saziēdota vairāk nekā pusotrs miljons grāmatu un gleznu. Draudzīgā aicinājuma kampaņu atjaunoja 1994. gadā.

Starpkaru laikā sabiedrība arvien vairāk iesaistījās dažādos labdarības projektos, kā arī dibināja organizācijas. Piemēram, ar latviešu baptistu draudžu atbalstu tika nodibināta “Pestīšanas armija”, kas uzturēja mītni, kurā varēja izmitināt līdz pat 160 bezpajumtniekus, ēdināja trūcīgos un sniedza sociālo palīdzību. Savukārt Jaunatnes Kristīgā savienība pievērsās jaunatnes audzināšanai, organizēja sporta aktivitātes, sniedza atbalstu Latvijas Skautu Centrālajai organizācijai, kuras rindās darbojās vairāk kā 8 000 jauniešu.

Filantropijas organizācijas beidza pastāvēt līdz ar padomju okupāciju 1940. gadā. Dažas filantropijas aktivitātes turpinājās ar izglītību saistītās iestādēs. Piemēram, ierobežotos apstākļos K. Morberga beidzamā stipendija tika izmaksāta 1944. gada oktobrī, vācu okupācijas laikā.

Var uzskatīt, ka filantropijas procesi Latvijā tika paralizēti līdz pat Latvijas neatkarības atgūšanai 1990. gadā. Padomju okupācijas laiks smagi satricināja filantropijas tradīcijas, tās praktiski iznīcinot.

Atjaunojoties Latvijas valsts neatkarībai, tika atjaunotas arī organizācijas, kas Latvijā darbojās starpkaru periodā, īstenojot filantropijas projektus. Piemēram, Latvijas Sarkanais Krusts, Jaunatnes Kristīgā savienība, Rotari klubs. Bez tam darbību uzsāka arī jaunas organizācijas. Filantropi un starptautisko organizāciju pārstāvniecības nodibināja tādas organizācijas kā Sorosa fonds – Latvija (1992) un Nevalstisko organizāciju centrs (1996), kuru mērķis bija izglītēt Latvijas pilsonisko sabiedrību, palīdzēt dibināt sabiedriskās organizācijas. 1989. gadā vides aizsardzības entuziasti – jaunieši nodibināja Bērnu Vides skolu, kuras mērķis

bija un joprojām ir organizēt daudzveidīgus projektus skolēniem, lai saglabātu vidi nākotnei. 1991. gadā dibinātais Pasaules Dabas fonda Latvijas birojs aktīvi īsteno projektus, kuru virsmērķis ir sekmēt cilvēku un dabas harmonisku līdzāspastāvēšanu, savukārt no trimdas latviešu dibinātā Valenberga fonda organizācija 1999. gadā saņēma ziedojumu – plašu dzīvokli uz Elizabetes ielas, kurā arī pašlaik atrodas tās birojs. Apvienība “Apeirons”, kuras darbības mērķis ir palīdzēt cilvēkiem ar invaliditāti integrēties sabiedrībā, tika nodibināta 1994. gadā.

Šim laikam raksturīga arī pseidofilantropija. Jaunatgūtās Latvijas neatkarības saviļņotie trimdas latvieši vēlējās ieguldīt savu artavu dzīves apstākļu uzlabošanā un valsts attīstībā. Ne vienmēr ziedojumus saņēma godprātīgi cilvēki un organizācijas. Šajā situācijā valsts pārvalde sagatavoja normatīvos aktus, lai filantropijas organizāciju darbībā panāktu rūpīgāku caurredzamības principu ievērošanu.

Kopš 20. gs. 90. gadiem Latvijā reģistrēti vairāki tūkstoši biedrību un nodibinājumu. No 2004. gada Latvijas valdība noteikusi: balstoties Sabiedriskā labuma organizāciju likumā, Latvijas Republikas rezidenti un Latvijā reģistrēti uzņēmumi var saņemt nodokļu atlaides, ja tie ziedo biedrībām un nodibinājumiem, kuru darbība atbilst sabiedriskā labuma statusam un kuriem piešķirta oficiāla Latvijas Republikas Finanšu ministrijas atļauja.

Katru gadu filantropijas organizācijām jāiesniedz īpašs pārskats par iepriekšējā kalendārajā gadā paveikto un turpmākajiem plāniem. Balstoties pārskatā, Sabiedriskā labuma komisija lemj par sabiedriskā labuma statusa pagarinājumu. Sabiedriskā labuma statuss nevalstiskajām organizācijām var tikt piešķirts 13 darbības jomās: cilvēktiesību un indivīda tiesību aizsardzība, izglītības veicināšana, kultūras veicināšana, labdarība, palīdzības sniegšana katastrofu gadījumos un ārkārtas situācijās, pilsoniskās sabiedrības attīstība, sabiedrības, it īpaši trūcīgo un sociāli mazaizsargāto personu grupu, sociālās labklājības celšana, slimību profilakse, sporta atbalstīšana, veselības veicināšana, vides aizsardzība, zinātnes veicināšana. Gadu no gada šo filantropijas organizāciju skaits svārstās no 1 200 līdz 1 500 (Sabiedriskā labuma...).

Tūlīt pēc Latvijas neatkarības atjaunošanas lielāku mecenātu atbalstu guva dažādi sociāli projekti, kuri bieži bija saistīti ar okupācijas sociālo seku likvidāciju, savukārt vēlāk ziedojumus līdzvērtīgos apjomos saņēma filantropijas organizācijas, kuras īstenoja izglītības, kultūras, mākslas un zinātnes veicināšanas projektus.

Vieni no lielākajiem privātajiem mecenātiem – Boriss un Ināra Teterevi, kuru 2010. gadā dibinātais labdarības fonds sniedzis atbalstu sabiedrībai vairāku desmitu miljonu eiro apmērā. Borisa un Ināras Teterevu fonda atbalsts lielākoties vērsts uz ilgtermiņa sadarbību. Piemēram, Rundāles pils restaurācijas pabeigšana, LU Botāniskā dārza atjaunotne, televīzijas raidījums “Ķēpa uz sirds”, raidījumu cikls “Teātris.zip”, daudzveidīgas stipendijas un granti Rīgas Stradiņa universitātei, Latvijas Mākslas akadēmijai un Jāzepa Vītola Latvijas Mūzikas akadēmijai, kā arī finansējums citiem projektiem sociālajā, kopienu attīstības un dzīvnieku aizsardzības jomā.

Filantropijas organizācijām raksturīga arī tīklošanās. Rotari klubs (*Rotary Club*), kas pasaulē apvieno 1,2 miljonus uzņēmēju un sabiedriski aktīvu cilvēku, atbalsta filantropijas projektus jauniešu atbalstam, dažādiem sociālajiem un izglītības projektiem. Pašlaik Latvijā darbojas 21 Rotari klubs. Kopš Rotari kluba atjaunošanas 1990. gada 5. maijā, ziedojumus veikuši ne tikai Latvijas rotarieši, bet arī citu valstu Rotari klubu biedri. Viens no nozīmīgākajiem visu Latvijas Rotari klubu filantropijas projektiem 2015. gadā bija palīdzība Ukrainas kara laika bērniem, kuri zaudējuši kādu no vecākiem. Vairāku gadu garumā Rotari klubi palīdzējuši Jēkabpils slimnīcas Jaundzimušo nodaļai, tādējādi būtiski uzlabojot iespējas glābt pāragri dzimušo bērnu dzīvības.

Ziedojumus bērnu veselības uzlabošanai veikušas vairākas filantropijas organizācijas Latvijā. Skaitliski vislielākos ziedojumus saņēmis Bērnu slimnīcas fonds. Vidēji beidzamo gadu laikā ik gadu ziedojumos fonds saņēmis aptuveni 1 miljonu eiro (Bērnu slimnīcas fonds...).

Turīgākie ziedotāji mēdz atbalstīt vairākas filantropijas organizācijas. Piemēram, SIA “Mikrotīkls” veicis ziedojumus gan Bērnu slimnīcas fondam, gan Rīgas Tehniskās universitātes

Attīstības fondam, kā arī LU fondam. Trimdas latvieša Alfrēda Raistera piemiņas fonds, Valija un Modris Galenieki ar ziedojumu stipendijām dabaszinātņu studentiem atbalstījuši abu lielāko Latvijas augstskolu – Rīgas Tehniskās universitātes un LU – fondus.

Visas lielākās Latvijas augstskolas nodibinājušas filantropijas organizācijas: LU fonds, Rīgas Tehniskās universitātes Attīstības fonds, Rīgas Stradiņa universitātes fonds un Latvijas Lauksaimniecības universitātes Attīstības fonds (tagad – Latvijas Biozinātņu un tehnoloģiju universitātes (LBTU) Attīstības fonds). Atbalsta virzieni, kuriem filantropijas organizācijas vāc ziedojumus, ir šādi: stipendijas trūcīgiem studentiem, stipendijas centīgiem, izciliem studentiem, infrastruktūras un mācību vides uzlabošanas projekti.

Mecenātu atbalstītie virzieni mēdz būt daudzpusīgi. Piemēram, Pētera Avena labdarības fonds “Paaudze” ziedo bērnu veselības aizsardzībai, Krievijas un Latvijas kultūras apmaiņas projektiem un zinātnes atbalstam. Mecenāti Laima un Guntis Bērziņi jau 20 gadu garumā atbalsta centīgus studentus un dažādus izglītības, kultūras projektus.

Novērojama tendence, ka beidzamajos gados pieaug pašu uzņēmumu dibinātie filantropijas fondi, piemēram, Rietumu Labdarības fonds, 4Finance Labdarības fonds, Grindeks fonds “Zinātnes un izglītības atbalstam”, CEMEX “Iespēju fonds”, IT Izglītības fonds. Ziedojumu apmēri svārstās no pāris tūkstošiem līdz vairākiem simtiem tūkstošu eiro.

Filantropijas organizācijām ar sabiedriskā labuma statusu, ziedojumu veidi ir līdzīgi kā iepriekšējos periodos: ziedojumi naudā, ziedojumi graudā, kā arī *pro bono*.

Vienu no savdabīgākajiem ziedojumiem graudā 2010. gadā saņēma LU no Austrālijas mecenāta Jāņa Priedkalna, kurš ziedoja savu 1970. gada *Ferrari Daytona*. Mecenāts automašīnu pārdeva un iegūtos līdzekļus kā ziedojumus noguldīja LU fonda kontā Austrālijā kā depozītnoguldījumu un neaizskaramo pamatkapitālu. No peļņas katru gadu tiek izmaksātas stipendijas studentiem un pētniekiem (Kundziņa, 2022).

Galvenie elementi, kuri veido filantropijas fenomenu, ļauj secināt, ka filantropija ir process, kurā filantropijas organizācijas sadarbībā ar mecenātiem realizē daudzveidīgus projektus sabiedrības dzīves kvalitātes uzlabošanai.

Pastāv dažādi ziedojumu veidi (skat. 1.1. tab.): ziedojumu var veikt naudā, graudā, sniedzot profesionālas *pro bono* (bez atlīdzības) konsultācijas vai pakalpojumus un brīvprātīgā darba veidā. Filantropijas organizācijas piedāvā daudzveidīgus ziedojumu pieņemšanas rīkus. Klasiskākais ziedošanas veids ir ziedojums ar pārskaitījumu uz filantropijas organizācijas norādīto kontu. Līdz ar interneta kā saziņas un komunikācijas līdzekļa atklāšanu popularitāti iemantojuši ziedošanas portāli, kuros ziedotāji, izvēloties sev tīkamu atbalsta mērķi, ātri var veikt ziedojumu ar karti, *Paypal* konta starpniecību, vai arī izmantojot internetbanku. Ziedotājam ir iespēja veikt ziedojumu anonīmi, norādot šo vēlmi ziedošanas procesā. Parasti filantropijas organizācijas savos ziedošanas portālos piedāvā iespēju izvēlēties ziedojuma summu. Pēc ziedojuma veikšanas portāla programma automātiski nosūta ziedotājam pateicību par ziedojuma saņemšanu.

Ziedojumi var būt vienreizēji, ikgadēji, kā arī īpaši paredzēti noteiktām, terminētām ziedojumu kampaņām. Pastāv arī ziedojumi, kas saņemti kā testamentārie novēlējumi. Parasti testamentārie novēlējumi paredz, ka saņemtais ziedojums kalpos kā neaizskaramais pamatkapitāls, no kura procentmaksājumiem finansējams novēlējumā paredzētais labdarības mērķis.

Piemēram, Lietuvā kopš 2012. gada ir spēkā “Lietuvas Republikas likums par labdarības un sponsorēšanas fondiem”, kas nodrošina filantropijas organizāciju dibināšanu, lai piesaistītu ziedojumus tikai neaizskaramajam pamatkapitālam. Filantropijas organizācijām, kurām ir neaizskaramie pamatkapitāli, izstrādāti ziedojumu pārvaldības noteikumi, kas paredz neaizskaramā pamatkapitāla investīciju politiku. Risku diversifikācija ir svarīga ieguldījumu stratēģijas daļa. Atbilstoši Lietuvas likumdošanai, neaizskaramo pamatkapitālu var ieguldīt šādās aktīvu klasēs: eiropas akcijās, pasaules akcijās, jaunattīstības valstu akcijās, eirozonas valdības obligācijās, korporatīvās obligācijās, augsta riska obligācijās vai naudas tirgus instrumentos, piemēram, depozītnoguldījumos, un alternatīvos ieguldījumos, piemēram,

nekustamajā īpašumā. Neaizskaramā pamatkapitāla definīcija nosaka, ka filantropijas organizācijas drīkst tērēt savu statūtos noteikto mērķu sasniegšanai tikai noguldījuma radīto peļņu, bet pamatkapitālu tērēt nedrīkst (Republic of Lithuania Law...).

Filantropijas mērķi ir daudzveidīgi. Ziedotāji, kas ziedo pirmo reizi un nelielas summas, parasti izvēlas ziedot vienam noteiktam mērķim. Savukārt mecenāti ar stāžu un pieredzi mēdz ziedot vairākiem mērķiem un lielākas summas, dara to atkārtoti un ar interesi seko līdzīgu savu ziedojumu izlietojumam un sasniegtajiem rezultātiem. Mecenātu sniegtais atbalsts var būt daudzveidīgs, piemēram, ziedotājs atbalsta kā kultūras un mākslas projektus, tā projektus, kas saistīti ar kādu specifisku medicīnas pētījumu veikšanu. Tā kā vairums šādu pētījumu ir vairāku gadu projekti, tad mecenāts jau sākotnēji ir lietas kursā par vajadzīgā ziedojuma apjomu un rezervē atbilstošo summu, lai projektu varētu realizēt pilnībā.

Viens no universāliem filantropijas darba pamatprincipiem paredz, ka filantropijas organizācijām regulāri jāinformē mecenāti par ziedojumu izlietojumu. Šis princips palīdz nodrošināt caurredzamību un stiprināt uzticību starp ziedotāju un filantropijas organizāciju (Kundziņa, 2023). Šis pamatprincips sīkāk apskatīts turpmāk, 1.2. apakšnodaļā, apspriežot augstskolu ziedojumu piesaistes stratēģijas.

## **1.2. Ziedojumu piesaiste augstākās izglītības iestāžu finansējumam. Teorētiskie aspekti/ *Theoretical aspects of attracting donations for the financing of higher education institutions***

Papildus valsts finansējumam, augstākās izglītības iestādes visā pasaulē arvien aktīvāk meklē ziedojumus no privātajiem mecenātiem un uzņēmējiem, lai spētu finansēt dažādas stipendijas un pētniecības projektus. Tas norāda, ka universitāšu izmaksas pārsniedz ieņēmumus (Sato, 2005). 21. gadsimta sākumā universitātes saskaras ar vēl nebijušām iespējām (Orlikov, 2006), saņemot valsts un dažādu Eiropas grantu finansējumu. Tomēr, lai to piesaistītu, jāatrod papildu finansējums no mecenātiem – kā privātpersonām, tā uzņēmumiem – lai varētu konkurēt pasaules tirgū un pierādīt konkurētspēju arī nacionālajā līmenī. Tādēļ nepieciešams samazināt izmaksas, vienlaikus paaugstinot produktivitāti, un atrast alternatīvus ieņēmuma avotus (Bloland, 2002). Šī problēmsituācija nozīmē, ka universitātēm daudz intensīvāk jāmeklē dažādi finansējumu avoti, tai skaitā mecenātu ziedojumi universitāšu projektiem, stipendijām. Tā kā valsts finansējums universitātēm ir ierobežots (Sirat, 2007) un tas var izrādīties arī politisku lēmumu vadīts, universitātēm jārod jauni risinājumi. Daudzu valstu valdības samazina finansējumu universitāšu zinātniskās pētniecības projektiem (Deloitte, 2016). Valsts finansējumam samazinoties, no universitātēm tomēr tiek sagaidīti izcili pētnieciskie rezultāti. Ja studiju maksas pakāpeniski tiek palielinātas, studiju kvalitātei būtu jāattaisno investīcijas augstskolu budžetos (Deloitte, 2016). Daimonds (*Diamond*) norāda, ka diemžēl valsts finansējums pētniecībai samazinās. Jāmeklē jauni finansēšanas avoti un viens no tiem varētu būt ziedojumi. Viņa pētījumā secināts, ka ziedojumi un valsts finansējums pētniecībai ir vienlīdz nozīmīgi. Būtu bīstami, ja pētniecība būtu atkarīga no viena finansējuma avota (Diamond, JR., 1999).

Veiksmīgas finansiālās dzīvotspējas sasniegšana, paplašinot ieņēmumu avotus, ir viens no svarīgākajiem jautājumiem, ar ko mūsdienās saskaras augstskolas. Izmaksu apjomi augstskolu darbības nodrošināšanai pieaug. Tradicionālie ienākumu avoti ir studentu mācību maksas un valdības atbalsts, kā arī dažādi granti pētniecībai. Savukārt ziedojumu piesaiste augstskolām nozīmē jaunus izaicinājumus. Lai nebūtu jāpaļaujas uz ziedojumiem, augstskolas veido papildu ieņēmumu plūsmas no dažādiem citiem avotiem, piemēram, no tālākizglītības, kredītu garantēšanas, studiju nodrošināšanas ārzemēs, vietējo un starptautisko filiāļu atvēršanas, izglītības tālmācībā, palīgpakalpojumiem (piemēram, tehnoloģiju nodošanas) un partnerībām vai aliansēm ar citām organizācijām. Šāda veida darbības, kas agrāk augstskolu kontekstā tika uzskatītas par sekundārām, tagad kļuvušas par neatņemamu ilgstošas un atbildīgas finanšu stratēģiskās plānošanas sastāvdaļu. Alstete (*Alstete*) norādīja uz

visdažādākajām papildu ienākumu gūšanas iespējām, kā arī finanšu plānošanas shēmām un pārstrukturēšanas piemēriem. Lai gan šie jaunie ieņēmumu avoti neliecina par tradicionālās augstskolas izglītības vērtību, tie faktiski nodrošina lielāku institucionālo efektivitāti (Alstete, 2014). Šī darba autore piekrīt pētnieka izvīzītajai tēzei, ka ienākumu avotu diversifikācija ir stabilitātes garants. Šajā kontekstā autore saskata arī potenciālus draudus, kuri slēpjas paļāvībā uz papildu pakalpojumiem kā alternatīvu augstskolu finansējuma avotu.

Šie draudi saistīti ar administrācijas un akadēmiskā personāla kapacitāti, kura nepieciešama, lai spētu nodrošināt atbilstošu kvalitāti visiem papildus pakalpojumiem, kas domāti kā studentiem, tā absolventiem.

Pasaule piedzīvojusi vairākas krīzes, piemēram, Lielās recesijas rezultātā augstākā izglītība ASV piedzīvoja nozīmīgāko finanšu krīzi kopš Lielās depresijas. Šī krīze skāra visas augstākās izglītības iestādes, jo tās nepietiekami novērtēja to, cik svarīga ir rūpīga darbības plānošana saistībā ar trim galvenajiem ieņēmumu avotiem: ienākumiem no studiju maksas, ienākumiem no neaizskaramā pamatkapitāla apsaimniekošanas un ienākumiem no ziedojumiem. Dorantesa (*Dorantes*), Džastina (*Justin*) un Lova (*Low*) pētījumā apskatīts, kā 20 privātās augstskolas, kas galvenokārt atrodas ASV rietumu daļā, reaģēja uz 2007.-2009. gada lejupslīdi. Pētnieki noskaidroja, kā augstskolas izmantojušas adaptīvās un situāciju skaidrojošas stratēģijas. Tika izvērtēts, vai augstskolas spēja adaptēties, kā arī tas, vai komunikācija ar esošajiem un potenciālajiem ziedotājiem veicināja augstskolu finansiālo atveseļošanos? Šī pētījuma rezultāti parāda arvien mazāk noturīgu augstskolu spēju adaptēties jaunajai situācijai. Pētnieki, intervējot visu augstskolu fondu vadītājus, nonāca pie secinājuma, ka, iestājoties nākošajai krīzei, ir pārlicība, ka augstskolas jau būs gatavākas pielāgoties jaunajiem apstākļiem (Breneman, 2008; Dorantes, Justin, Low, 2016). Promocijas darba autore piekrīt, ka augstskolām savlaicīgi un konstruktīvi jāsaprotas dažādiem izaicinājumiem, ko rada krīzes situācijas. Balstoties kā pašas organizācijas, tā citu valstu pieredzē, jābūt sagatavotiem dažādiem nākotnes scenārijiem, kas nodrošinātu augstskolu fondu darba nepārtrauktību. Īpaši būtisks krīzes seku mazināšanas princips ir risku diversificēšana, savlaicīgi pieliekot īpašas pūles, lai ieņēmumi, tai skaitā – ziedojumi, nāktu no dažādiem avotiem.

Lai universitātes varētu pilnvērtīgi konkurēt izglītības un pētniecības jomā, tās nedrīkst apstāties pie sasniegtā. Tieši tāpēc svarīgi paplašināt privātā sektora iesaisti universitāšu attīstībā un tas ir filantropijas uzdevums (Cutlip, 1990; Hall, 1992; Prince, 1994), palielināt privāto un uzņēmumu ziedojumu apjoma un skaita palielināšanos, kas domāti dažādiem universitāšu projektiem. Visā pasaulē ziedošanu universitātēm uzskata par ļoti nozīmīgu priekšnoteikumu, lai augstākās izglītības iestādes varētu pilnvērtīgi attīstīties (Barr, 1993; Johnstone, 2016; Chung-Hoon, 2005; Fransen, 2007; Jacobs, 2007; White, 2011). Vienlaikus pētnieki diskutē par faktoriem, kas ietekmē mecenātu uzvedību (Brittingham, 1990; Schervish, 1997; Clotfelter, 2001; Quigley, 2002; Van Slyke, 2005; Bekkers, 2010), par veiksmīgu filantropijas stratēģiju (Johnstone, 2016; Chung-Hoon, 2007; Leahy, 2009; Liu, 2007; Seligman, 2009; Merchant, 2010; Bakioglu, 2011) un universitāšu institucionālo attīstību (Kozobarich, 2000; Akin, 2005; Bakewell, 2005; McAlexander, 2006; Langseth, 2007; Chance, 2008). Nepieciešamība pēc filantropijas metožu daudzveidošanas un filantropijas nozīmības palielināšanās atzīta visā pasaulē (Hsien, 2009). Patlaban universitāšu finansējumu pārsvarā veido valsts dotācijas, studiju maksas, pētniecības granti no dažādām Eiropas savienības atbalsta programmām. Ziedošana universitātēm ir būtiska atbalsta daļa, tā palielina ārējo ieņēmumu plūsmu.

Privāto ziedotāju motivācija parasti raksturīga tiem, kuri paši savulaik saņēmuši atbalstu. Vecāku piemērs arī ir laba motivācija, lai ziedošana turpinātos jau kā ģimenes tradīcija. Filantropijas organizāciju rīkotie pasākumi, kuru laikā tiek piedāvātas iespējas veikt ziedojumus, mudina potenciālos ziedotājus ņemt piemēru no tiem, kas jau ziedojuši (Prince, 1994). Autore piekrīt ziedošanas tradīciju veidošanā jau ģimenes, lai pieaugot vēlme ziedot jau būtu pati par sevi saprotama.

Lai ilgtermiņā nodrošinātu attīstību un konkurētspēju, universitātēm jādažādo ārējā finansējuma avoti un ieguves veidi (Chung-Hoon, 2007). Universitātēm jāattīsta daudzveidīgi ārējā finansējuma veidu tīkli, izmantojot stratēģiskāku pieeju (Chung-Hoon, 2007). Filantropijas nozīmības pieaugums augstākajā izglītībā plaši pētīts un apstiprināties pētnieku darbos visā pasaulē. Vienlaikus pētījumi apliecina, ka universitātēm jāiegulda darbs filantropijas mērķu un uzdevumu formulēšanā (Johnstone, 2016; Jacobs, 2007).

Izglītības iestādēm ziedojumu piesaistē jāaskaras ar nopietnu konkurenci, it sevišķi ar reliģiskajām organizācijām. Piemēram, ASV 2008. gadā no visu ziedojumu kopējā apjoma izglītības iestādēm ziedoti vien 12% (Giving USA foundation, 2014). Salīdzinājumam, reliģiskām organizācijām 2008. gadā ziedots 32,7%. ASV gadījumā jāņem vērā, ka esošie un potenciālie ziedotāji tiek aicināti ziedot ik gadu, turklāt ziedojumi pārsvarā tiek virzīti neizskaramajam pamatkapitālam, kas nodrošina ziedojuma administrēšanu ilgtermiņā, jo tiek izlietota tikai peļņa, ko ienes neizskaramā pamatkapitāla apsaimniekošana. Izglītības iestādes ziedojumu piesaistē sacenšas arī ar citu jomu organizācijām, turklāt augstskolas savstarpēji konkurē par ziedojumiem. 2008. gada dati rāda, ka augstskola Kalifornijā saņēmusi ziedojumu, kas paredzēts neizskaramajam pamatkapitālam – šī ziedojuma apmērs bija 2% no summas, kuru ziedojumos neizskaramajam pamatkapitālam saņēma Stenfordas universitāte (Romano, Gallaher, Shugart, 2010). Iespējams, ka ziedojumu kritums veidojies sakarā ar globālās ekonomikas atdzišanu. Pētnieki norāda, ka veiksmīgai ziedojumu piesaistei izglītības iestāžu stratēģijās jāizmanto šādi principi: ziedojumu piesaistes komandas un studentu cieša partnerība, atvērto durvju princips, atbalsts progresīviem, uz rezultātu orientēti projekti, atbalsts izmaiņas veicinošiem projektiem. Lai šos principus ievērotu, nepieciešams izglītības iestāžu stratēģijās iekļaut speciālus nosacījumus, kurus savā pētījumā formulē Ričards Romano (*Romano*), Džords Galahers (*Gallaher*) un Stefans Šugarts (*Shugart*) (Romano, Gallaher, Shugart, 2010):

- 1) domāt plaši. Potenciālos un esošos mecenātus piesaista grandiozu ideju piepildīšana. Tādēļ ziedotāji atbalsta idejas, kas var panākt nozīmīgas izmaiņas kā konkrētās izglītības iestādes attīstībā, tā raisīt transformējošas izmaiņas sabiedrības attīstībā.
- 2) meklēt aktuālās vajadzības. Aktuālo vajadzību atbalsts ir nozīmīgs ziedotāju pienesums, lai izglītības iestādes varētu turpināt iesākto. Šeit akcents tiek likts uz pašu izglītības iestāžu identificētajām vajadzībām, ko parasti atbalsta mecenāti, kuri šo izglītības iestādi jau pazīst pietiekami ilgu laiku, tādēļ tai uzticas, un ar kārtējo ziedojumu atbalsta šīs izglītības iestādes formulētās vajadzības.
- 3) sniegt piemērotu, pietiekamu un skaidri saprotamu informāciju. Jāņem vērā, ka sabiedrība var nezināt patiesās izglītības iestāžu vajadzības. Izglītības iestāžu ziņā ir sagatavot un nodot šo informāciju sabiedrībai, tai skaitā esošajiem un potenciālajiem mecenātiem, kas atbalstītājus rosinās pieņemt lēmumu par ziedojuma veikšanu.
- 4) vienoties par prioritātēm. Šis nosacījums paredz – kā administrācijai, tā docētājiem un studentiem jāvienojas par ziedojumu piesaistes prioritātēm. Tam jābūt vairākuma balsojumam, bet vislabākajā gadījumā, lēmumam, kas panākts visu iesaistīto vienošanās rezultātā. Tas izglītības iestādi parādīs kā vienotu veselumu, radot ziedotājiem drošības sajūtu un sniedzot pārliecību, ka ziedojums tiks izlietots atbilstoši prioritātēm.
- 5) spēt rādīt piemēru. Izglītības iestāžu administrācijai un docētājiem jābūt par paraugu esošajiem un potenciālajiem ziedotājiem, pašiem kaut vai simboliski ziedojot savas izglītības iestādes projektiem, stipendijām. Šis piemērs veicinās uzticēšanos. Ja uzticas savējie, to darīs arī tie, kuru ikdiena nav saistīta ar izglītības iestādi.
- 6) saskaņot misiju. Pastāv viedoklis, ka ziedotāji ziedo ne vien tādēļ, lai saņemtu nodokļu atlaides – viņi ziedo, jo viņu kā mecenātu un izglītības iestādes misijas saskan. Izglītības iestādei skaidri jāparāda ziedojumu izlietojuma lietderība, mecenātiem jāredz, ka viņu atbalsts būs nozīmīgs izglītības iestādes atspēriena punkts. Svarīgi, lai ziedotājiem un izglītības iestādei būtu vienota perspektīva.



- 7) paskaidrot, “kāds man no tā labums?” Izglītības iestādes uzdevums ir uzskatāmi parādīt topošajiem ziedotājiem – esošajiem studentiem, kā šobrīd saņemtie ziedojumi uzlabo izglītības iestādes attīstību, tostarp – konkrētu studentu un pētnieku darbību.
- 8) identificēt sadarbības partnerus. Izglītības iestādei savā ģeogrāfiskajā teritorijā jāidentificē sabiedrotie, kuru vērtības atbilstu izglītības iestādes vērtībām. Tie varētu būt cilvēki, kas spēlē golfu vai organizē labdarības pasākumus un kurus varētu izaicināt atbalstīt šīs izglītības iestādes vajadzības. Tie būtu cilvēki, ar pietiekamu materiālo nodrošinājumu, kas ieinteresēti veicināt pozitīvas izmaiņas sabiedrības mikroklimatā.
- 9) pateikties par ziedojumu. Izglītības iestādēm jāizstrādā pateicības politika ziedotājiem. Ziedotājiem jāzina, ka ziedojums saņemts un kā tas tiek izlietots, bez tam arī to, kā ziedojums ietekmējis izglītības iestādes attīstību kopumā.

Bārns (*Barnes*) norāda, ka ASV iesaistīšanās palīdzības procesos Āfrikai pieaug pēc terorisma draudiem un naftas ieguves pārtraukumiem, kā arī ārvalstu uzņēmēju vēlmju dēļ paplašināt savu darbību šajā kontinentā. Amerikas politikas veidotāju reakcija izpaudusies kā spēcīgākas militārās klātbūtnes nodibināšanā, iesaistoties preterorisma iniciatīvās un naftas krātuvju uzraudzīšanā. Tās ir atkāpes no aukstā kara politikas. Tāpat ASV uzņēmumu vadītāju reakcija uz trūkumiem Āfrikas valstu infrastruktūrā un politiskajā kārtībā liek viņiem izveidot kopienas attīstības metodes un risinājumus, kas pazīstami kā stratēģiskā filantropija, lai aizsargātu un paplašinātu vietējos tirgus. Pētījumā aplūkota šo militāro un uzņēmējdarbības iniciatīvu ietekme uz Āfrikas valstīm (*Barnes, 2005*). Neapšaubāmi, turīgākajām valstīm jāveido un jāuztur atbalsta sistēmas trešās pasaules valstīm. Latvija arī pieredzējusi attīstības valsts posmu un šajā laikā saņēmusi palīdzību, it sevišķi nevalstiskajām organizācijām. Visdevīgākās valstis bija ASV, Zviedrija, Dānija un Vācija. Mūsdienu filantropijas praktiķi agrīno filantropijas pieredzi ieguva, pateicoties šo valstu atbalstam nevalstiskā sektora kapacitātes paaugstināšanai.

Eiropā un lielākajā daļā industrializētās pasaules valstu filantropija strauji aug un attīstās. Tas ir vēsturisks fenomens, tomēr vienlaikus rodas arvien jaunas izpausmes formas, turklāt filantropija ir ārkārtīgi nozīmīga pilsoniskas sabiedrības veidošanā. Šuts (*Schuyt*) piedāvā jaunu jēdzienu – “modernā filantropija”, un apskata tā atšķirības no tādiem jēdzieniem kā “labdarība” un “trešais sektors”. Rezultāti liecina, ka, lai gan “modernā filantropija” ir atšķirīgs jēdziens, pētniecībā līdz šim tam pievērsta neliela uzmanība. Pētījumā apgalvots, ka filantropijas izaugsme mūsdienās piedāvā daudzsološu ieguvumu labklājības valstu politikas veidotājiem ar nosacījumu, ka labklājības un valsts paradigmā jāiekļauj “privātas darbības sabiedrības labā”. Filantropija labklājības valstīs iegūst arvien lielāku lomu. Šuts uzsver, ka valdībām, kuras meklē jaunus ceļus, kā finansēt labklājības pakalpojumus, jāatzīst filantropijas potenciāls, kas līdz šim bieži nav apzināts. Papildus komercializācijai un tirgum, interesants pakalpojumu sniegšanas variants varētu būt bezpeļņas sektors, kas lielākā mērā balstīts uz ziedojumiem. Tādēļ valdībām jāatrisina sarežģīts uzdevums – jāizveido tiesiska, ekonomiska un kultūras sistēma, kas stimulētu un uzlabotu filantropiskas darbības sabiedrības labā (*Schuyt, 2010*). Šī darba autore piekrīt pētnieka secinājumam, ka jebkura birokrātiska sistēma kavē filantropiskas darbības. Pirmām kārtām, iespējai ziedot jābūt ērtai un vienkāršai. Šo principu padara sarežģītāk īstenojamo nosacījums, ka filantropijas organizācijām jāspēj administrēt ziedojumus, nodrošinot caurspīdīguma principu, bez tam ātri un ērti sniedzot ziedotājam informāciju par saņemtā ziedojuma apsaimniekošanu. Autore pieredze daudzu gadu garumā liecina, ka nozares pastāvēšanas svaru kausos, no vienas puses, likta ērta un vienkārša ziedojuma veikšanas procedūra, kas prasa birokrātijas samazināšanu, savukārt no otras – kontrole, kas nodrošina ziedojumu administrēšanas likumību, uzticamību un godīgumu, vienlaikus radot pieaugošas birokrātijas risku.

Danielsens (*Danielsen*) apskatījis atšķirības starp savstarpēji atkarīgo lietderības modeli un neatkarīgo lietderības funkciju. Savstarpēji atkarīga modeļa stiprās un vājās puses ir līdzīgas tradicionālā modeļa stiprajām un vājajām pusēm. Pētnieka unikālais ieguldījums ir

apropriācijas (ziedojumu iegūšana kādam konkrētam mērķim) oficiāla iekļaušana šajā modelī. Ekonomisti parasti ignorējuši apropriāciju, nenorādot, ka tā ir neatņemama cilvēka uzvedības forma. Apropriācija ir tikpat svarīga cilvēka uzvedības forma kā apmaiņa. Ja pieņem, ka pastāv noteikta sabiedrības struktūra, tad apmaiņa, iespējams, ir svarīgāks raksturlielums. Tomēr, ja mēģina saprast izmaiņas sabiedrības apropriāciju struktūrā, tad tai varētu būt lielāka nozīme. Atbilstoši šai teorijai, organizācijas mainās, jo indivīdi un grupas savstarpēji cīnās, lai veidotu pasauli pēc saviem ieskatiem. Apropriācijas var būt likumīgas vai nelikumīgas. Sabiedrības loceklis, kas veic apropriāciju, pats izvēlas, kādu ceļu iet, – tas šo fenomenu pamatā nemaina (Danielsen, 1975). Šī darba autore piekrīt, ka sabiedrībā esam viens no otra atkarīgi un tiecamies sasniegt savus privātos mērķus, izmantojot dažādus līdzekļus – kā apmaiņas, tā apropriācijas ceļā. Apropriācijas kā modeļa sastāvdaļas iekļaušana sabiedrības uzvedības modelī dod iespēju vēl dziļāk izprast filantropijas nozīmi, jo filantropi, ziedojot naudu filantropijas organizācijām, ar šo ziedojumu palīdzību ietekmē pasaules kārtību.

Gombergs (*Gomberg*) vērs uzmanību uz īpaša veida apsēstību ar filantropiju un izvirza apgalvojumu, ka filantropijas mānija ir kaitīga. Mecenāta iesaistīšanās nabadzības problēmu risināšanā ar ziedojumu palīdzību pielīdzina savu iesaisti glābšanas pienākumam. Uzmanība tiek koncentrēta uz upuru glābšanu, tomēr netiek noskaidrots, kuras iestādes vai likumdevējs nepilda savus pienākumus, lai risinātu nabadzības problēmas. Gombergs uzskata, ka drīzāk būtu jāvērsas pie šīm iestādēm, lai sauktu tās pie atbildības par pienākumu nepildīšanu un norāda uz kapitālistisku sociālo attiecību sekām pārtikas ražošanā un izplatīšanā, secinot, ka kapitālistiskās pasaules attieksmei pret nabadzību kā parādību piemīt pašlabuma daba. Filantropijas mānīgais raksturs mēdz ierobežot diskusijas par radikālām alternatīvām, piemēram, kā mazināt nabadzīgo cilvēku skaitu ar valsts pārvaldes un pašvaldību rokās esošo rīku palīdzību, nevis aicināt mecenātus pievērsties šo problēmu risināšanai ar ziedojumu palīdzību (Gomberg, 2002). Autore ir vienisprātis ar šo pētnieka secinājumu. Sabiedriskās institucionālās struktūras izpēte un tās uzdevumu apzināšanās ir būtiska, lai īstenotu mērķtiecīgu ziedojumu piesaistes stratēģiju. Tieši caur esošo valsts un pašvaldību pienākumu prizmu jāizvērtē, kādiem mērķiem un no kā tiek piesaistīti līdzekļi – valsts un pašvaldību rokās ir pietiekami liela vara, lai ar nodokļu maksātāju naudas veidoto budžetu varētu risināt visai sabiedrībai kopumā aktuālas problēmas, jo tas arī ir šo institūciju pamatuzdevums. Tādēļ ziedotāju naudai nevajadzētu kļūt par plāksteri to sistēmisko problēmu risināšanai, kurai būtu jāparedz līdzekļi valsts un pašvaldību budžetā, īpaši, ja runa ir par valsts finansētām augstskolām. Ziedojumu piesaiste jāvirza tiem mērķiem, kuri netiek finansēti no sabiedriskā budžeta.

Tomēr nevar piekrist, ka filantropija jebkādā kontekstā tiek nosaukta par kaitīgu parādību. Mecenāti paši, vai arī vienojoties ar filantropijas organizāciju, ar savu ziedojumu atbalsta mērķus, kas viņiem šķiet svarīgi. Ziedot noteiktam mērķim ir mecenātu lēmums. To var nosaukt par pilsonisko iniciatīvu, kas papildus valsts un pašvaldības pildītajām funkcijām un sasniegtajiem rezultātiem veido sabiedrības kopējo labumu.

Savukārt Monē (*Monnet*) un Panica (*Panizza*) uzskata, ka, definējot filantropiju kā cilvēces mīlestību un mīlestību uz cilvēci, tā neapstrīdami ir labums un vērtība. Tomēr tas nav vispārpieņemts uzskats. Filantropijas kritiķi apšaubā subsidēšanas pamatojumu ar ziedojumiem labdarībai un raizējas par lielo filantropijas organizāciju politisko ietekmi. Monē un Panica uzskata, ka filantropisko darbību sociālās efektivitātes novērtēšanai nav piemērotu modeļu. Lielākā daļa pētījumu tiecas novērtēt nodokļu subsīdiju efektivitāti. To ilustrē Pītera Drukera (*Drucker*) slavenais izteikums: “ja jūs nevarat to izmērīt, jūs nevarat to uzlabot”. Nepieciešams plašāks kvalitatīvu datu apjoms, lai spētu veikt un uzlabot filantropijas ietekmes novērtējumu (Monnet, Panizza, 2017). Autore piekrīt, ka nepieciešams pārdomāti uzkrāt datus un izstrādāt aprēķinu modeļus, lai izvērtētu filantropijas nozares vispārējo efektivitāti un vēl vairāk – politisko ietekmi. Bez šaubām, lielākajām filantropijas organizācijām ir milzīga ietekme uz valstu politikām, piemēram, Rokefelleru fondam. Šo organizāciju pienesums sabiedriskajam labumam ir tik nozīmīgs, ka valdībām jāreķinās ar šo nopietno spēlētāju politikā, un tas ar

ziedojumu palīdzību var mainīt politisko spēku programmu saturu, kā to dara, piemēram, Rokfelleru fonds un Alfrēda Nobela fonds.

Kā secināts 1.1. apakšnodaļā, ziedojumi var būt ļoti dažādi pēc veida un formas. Līdzīgs uzskaitījums pieminēts ASV veiktajā pētījumā – ziedojumi var būt: segas bezpajumtniekiem, dažādu produktu iegāde labdarības pasākumu nodrošināšanai, līdz pat daudzmiljonu dolāru ziedojumiem un miljardiem dolāru vērtām kampaņām amerikāņu augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanai. Pilsoniskā līdzatbildība savas kopienas dzīves kvalitātes celšanā ir bijusi daļa amerikāņu ētosa jau kopš koloniālo koledžu izveides. P. Dobkins Hols (*Dobkin Hall*) 1992. gadā atzīmēja: “neviens atsevišķs spēks nav nodrošinājis tik lielu ieguldījumu mūsdienu universitātes attīstībā Amerikā kā indivīdu un fondu devums” (Drezner, 2011). Augstskolas arvien vairāk pievēršas ziedojumu piesaistei, lai apmierinātu budžeta prasības. Pētījumā piedāvāts pārskats par filantropiju kā procesu un literatūras analīze par ziedojumu vākšanu. Pētījums sniedz ieskatu filantropijas ietekmē uz Amerikas augstāko izglītību, norādot uz nepietiekamiem atbalsta motivācijas plāniem (Drezner, 2011). Autore piekrīt, ka ziedojumu vākšanas mehānismiem ir nozīmīga lomu veiksmīgā ziedojumu dinamikā. Mehānismi ir dažādi un tie būtu metodiski jāizvēlas un jāpielieto atbilstoši ziedojumu mērķiem un mērķa grupām.

Lai veicinātu izpratni par sociālajiem procesiem, kuru rezultātā tiek veikts ziedojums, Šērvišs un Heivenss formulējuši teorētiskiem jautājumiem un atbilžu meklēšanā izmantojuši daudzfaktoru statistikas metodes. Pētījumā norādīti autoru pirmie secinājumi, kas gūti, cenšoties izstrādāt un pārbaudīt šādu daudzfaktoru cēloņsakarību modeli attiecībā uz individuālo ziedojumu sociālajiem, demogrāfiskajiem, ekonomiskajiem un ar motivāciju saistītajiem faktoriem. Šērvišs (*Schervish*) un Heivenss (*Havens*) izvērtē teorijas, kas ir nozīmīgas labdarības organizācijām, kuras nodarbojas ar ziedojumu piesaisti, veic datu analīzes, lai atklātu ziedošanu noteicošos faktoros. Šos faktoros varētu ņemt vērā, veicinot ziedošanu mājāsaimniecību līmenī – aicinot ziedot ģimenes. Tiek pētīts arī tas, kādi labdarības organizāciju uzvedības modeļi jāveido, lai ziedojumu piesaiste būtu sekmīgāka. Pētījuma noslēgumā iekļauta diskusija par sabiedrības līdzdalību labdarības organizāciju darbā un par šīs līdzdalības praktisko ietekmi uz ziedojumu vākšanu. Šērvišs un Heivenss norāda, ka sekmīgai ziedojumu piesaistei jāņem vērā demogrāfiskie, ekonomiskie un motivācijas faktori. Jo vairāk sabiedrība tiek iesaistīta labdarības organizāciju darbībā, jo sekmīgāka ir ziedojumu piesaiste (Schervish, Havens, 1997). Autore piekrīt, ka ziedojumu piesaistē jāņem vērā demogrāfiskie, ekonomiskie un motivācijas faktori. Motivācijas faktoru daudzveidība ir pārdomāti jākultivē, un šim nolūkam neatsveramu ieguldījumu dod pētniecība. Savukārt sabiedrības iesaistīšana ziedojumu vākšanas kampaņās veido līdzatbildību par attiecīgā ziedojuma mērķa realizēšanu.

Filantropijas tradīciju kultivēšana veicina civilizētas sabiedrības veidošanos. Filantropija vispirms saistās ar rūpēm un līdzjūtību. Spēja just līdzī un rūpēties par svešiniekiem ir sabiedrības un indivīda brieduma pazīme (Gellner, 1996; Shils, 1997; Smith, 2010). Autore ir vienprātīgs, ka filantropijas organizācijas veicina saliedētākas, sadarboties spējīgākas un izglītotākas sabiedrības veidošanos. Labdarība ikdienas dzīvē izpaužas kā cilvēku savstarpējais atbalsts, kas ir civilizācijas priekšnoteikums – bez tā nav iedomājams augsts sabiedrības kultūras un sociālās attīstības līmenis.

Halla (*Hall*) pētījumā analizēta augstskolu pieaugošā interese par filantropiju, brīvprātīgo darbu un nevalstiskajām organizācijām, ilustrēti nozares centieni pārdefinēt savu publisko klātbūtni, ietekmējot universitātes un pētniekus. Pētījumā aplūkotas dažādas pieejas, ar kuru palīdzību var vērtēt universitāšu mainīgo vietu sabiedriskajā dzīvē, pārmaiņu procesus augstskolās un nozarē izmantoto stratēģiju efektivitāti. Halls secina, ka efektīgākajām ziedojumu piesaistes stratēģijām raksturīga lielāka atgriezeniskā saikne. Efektīvākas ziedojumu piesaistes stratēģijas tiek rūpīgi plānotas un realizētas pēc iespējas atbilstoši sākotnējiem plāniem. Atgriezeniskā saikne ir ne tikai veikto ziedojumu skaits un apjoms, bet arī ziedotāju apmierinātība, saņemot, piemēram, pateicību no fondiem par veikto ziedojumu. Pētnieks norāda, ka filantropija, brīvprātīgais darbs un nevalstiskās organizācijas jāpopularizē jauno pētnieku aprindās, lai nodrošinātu kvalitatīvāku ziedošanas kampaņu organizēšanu, kas balstīta

iepriekš veiktos pētījumos (Hall, 1992; 1999). Arī šī darba autore novērojumi apstiprina, ka efektīvas ziedojumu kampaņas ir rūpīgi sagatavotu ziedojumu kampaņu stratēģiju rezultāts. Jo vairāk tiks pētīta filantropijas ietekme, jo pilnvērtīgāk organizācijas varēs darboties ziedojumu piesaistē, izvēloties attiecīgajā sabiedrībā iedarbīgākos ziedotāju motivācijas modeļus.

Kors (*Core*) un Donaldsons (*Donaldson*) pētījuši, kāpēc ziedotāji izvēlas ziedot tagadnes projektiem un kāda ir viņu motivācija ziedot nākotnes projektiem. ASV ziedotāji parasti mazāk atbalsta tās labdarības organizācijas, kas palīdz trūkcietējiem, savukārt vairāk līdzekļu veltī tām labdarības organizācijām, kuru darbs nav saistīts ar trūcīgajiem (piemēram, muzejiem, augstskolām un mākslas organizācijām). Daudzas no šīm turīgākajām labdarības organizācijām radījušas neaizskaramos pamatkapitālus, kas dod labumu ne tikai pašreizējiem labuma guvējiem, bet arī labuma guvējiem nākotnē. Šie pētnieki izstrādājuši “īsaķo ceļu sistēmu” laika sasaistei ar attālumu, kas ietver “tuvuma izvēli”, t.i., labdarību, kuras īstenotāji dod priekšroku tiem, kas ir tuvāki viņiem vai nu fiziskā attāluma, garīgās identitātes, vai arī laika ziņā. Lai gan ētiskie apsvērumi liecina, ka ziedojumu piešķiršanā dominējošajam faktoram vajadzētu būt saņēmēju vajadzības līmenim, ziedotāji arī dod priekšroku, *ceteris paribus*, ieguvumiem, kas tiek panākti ātrāk, nevis vēlāk, un saņēmējiem, kuri atrodas “tuvāk”, nevis tālāk. Kors (*Core*) un Donaldsons (*Donaldson*) secina, ka ziedotājiem ir svarīgs patstāvīgs kontakts ar labuma saņēmējiem, regulāri ziņojumi par to, kas paveikts ar attiecīgā ziedojuma palīdzību. Svarīgs ir arī attālums. Lai persona ziedotu labdarības organizācijai, piemēram, citā kontinentā, ir jābūt mērķim, kas ļoti tuvs kā ziedotājam, tā labdarības organizācijai. Parasti ziedotājs izvēlas labdarības organizācijas, kas atrodas ģeogrāfiski tuvu (Core, Donaldson, 2010). Autore piekrīt, ka attālumam (kā fiziskajā, tā laika izteiksmē) starp labuma saņēmēju un ziedotāju ir liela nozīme. Savukārt labdarības organizācijas uzdevums ir šo attālumu mazināt. Pirmkārt, to iespējams paveikt ar saziņas palīdzību – regulāri uzturēta komunikācija starp labdarības organizāciju un ziedotāju, ļauj tuvināt mecenātu un ziedojuma pozitīvo rezultātu, – apzināties, ka “te un tagad” paveikts nozīmīgs darbs, skaidri saskatāms labums. Ziedotājam jāizjūt gandarījums par paveikto ziedojumu, lai labdarības organizācijas varētu aicināt ziedot atkārtoti. Pārdomāta ilgtermiņa stratēģija ir neaizskaramo pamatkapitālu fondu veidošana. Šajā gadījumā atbalsts stipendijām un projektiem tiek maksāts no neaizskaramā pamatkapitāla radītajiem ienākumiem.

1.2. apakšnodaļā “Ziedojumu piesaiste augstākās izglītības iestāžu finansējumam teorētiskie aspekti” 64 minētie un analizētie pētnieku darbi norāda uz 1.1. attēlā (skat. zemāk) redzamo kopsavilkumu. Ir gadījumi, kad mecenātiem jāpiedāvā jaunas, inovatīvas, pat grandiozas idejas, kurām jāpiešķir prioritāte. Idejas mērķtiecīgi jāpiedāvā tieši tiem mecenātiem, kurus tās motivēs veikt ziedojumu, izvērtējot, vai attiecīgais mecenāts ir konservatīvs un labprātāk atbalstīs “uzturošus” projektus, vai arī nepieciešami drosmīgi, jauni mērķi, lai gūtu attiecīgā mecenāta atbalstu. Filantropijas organizāciju darbiniekiem jābūt gataviem potenciālajiem ziedotājiem izskaidrot mecenātu ieguvumus, pirmkārt minot nodokļu atlaides ziedotājiem, – kā privātpersonām, tā uzņēmumiem. Filantropijas organizācijām vismaz reizi gadā jādod informācija par ziedojuma izlietojumu un projektu, stipendiātu sasniegumiem.



Avots: autore pētījums un konstrukcija, balstoties uz literatūras analīzi

1.1. att./ Fig. 1.1. **Skmīgas ziedojumu piesaistes stratēģijas principi/ Principles of a successful donation collection strategy**

### 1.3. Absolventu devums savām augstskolām/ *Contribution of alumni to their universities*

Ikvienai augstskolai ir nozīmīgs resurss ziedojumu piesaistē – tās absolventi. 1.3. nodaļā padziļināti apskatīts absolventu devums savām augstskolām. Augstākās izglītības iestāžu absolventu loma augstākās izglītības atbalstā arvien pieaug. Iepriekš šajā pētījumā jau ieskicētas atsevišķas iniciatīvas, kuru ietvaros absolventi snieguši atbalstu savām augstskolām. Turpmāk 1.3. apakšnodaļā tiks apskatīta kā absolventu motivācija atbalstīt savu augstskolu, tā dažādi atbalsta veidi.

Eiropas Komisijas 2011. gada ziņojumā secināts, ka absolventi kā atbalsta resurss Eiropā ir nepietiekami apgūts: eiropas augstskolās atbalsts pirmkārt ticis saņemts no korporācijām, trīs ceturtdaļas (74%) pētījumā apskatīto universitāšu saņēmušas uzņēmumu atbalstu, turklāt salīdzinoši nesenā laika posmā. Labdarības fondi un fondi ir nākamais līdzekļu avots – to apstiprinājuši 70% aptaujāto universitāšu. Turīgas personas ziedojušas 58% no pētījuma izlasē iekļautajām universitātēm, savukārt absolventi snieguši atbalstu nedaudz vairāk nekā pusei (54%) aptaujāto augstākās izglītības iestāžu. Bez tam 40% aptaujāto Eiropas universitāšu absolventus vērtējušas kā “vismaznozīmīgāko” donoru veidu. Par spīti tam, ziņojumā norādīts, ka Eiropa tiecas sekot ASV piemēram un kultivēt absolventu atbalsta kultūru savām augstskolām.

Šī pētījuma autore uzskata, ka līdz šim, iespējams, pastāvējis zināms apburtais loks un metodiska darba trūkums ar absolventiem Eiropas augstskolās un nepietiekama nozīmība, kas piešķirta absolventiem kā resursam, arī ir par cēloni tam, ka Eiropā absolventu ziedošanas kultūra ir ierobežotāka nekā ASV.

Šajā kontekstā apskatāmi pētījumi un secinājumi, kas veikti ASV. Koledžu un universitāšu administratīvajiem un akadēmiskajiem vadītājiem jāiegulda mērķtiecīgs darbs ziedojumu piesaistē tieši no šīs mērķa grupas. Saprotot to, ka valsts atbalsts ir nepietiekams, arvien biežāk novērojams, ka daudzas ģimenes nevar atļauties apmaksāt bērnu studijas augstākā līmeņa izglītības iestādēs. Svarīgi esošajiem studentiem jau savlaicīgi vēstīt par absolventu ziedojumu nozīmību. Tieši tie studenti, kas paši saņēmuši ziedotāju atbalstu stipendiju un pētniecisko projektu atbalsta veidā, vēlāk paši labāk izprot personīgā ziedojuma nozīmību un

nepieciešamību. Absolventiem ir dažādas iespējas atbalstīt savu *alma mater*. Viņi var kļūt par vēstnešiem, kas aizstāv augstākās izglītības iestādes vajadzības valsts un/vai pašvaldību līmenī. Viņi var veltīt savu brīvo laiku kādam no universitātes pasākumiem, to organizējot vai piedaloties ar tā sauktajiem ziedojumiem “graudā” (angl. *in-kind*), piemēram, piegādājot pasākuma dalībnieku vajadzībām pārtikas produktus vai nodrošinot pasākuma muzikālo daļu. Izplatīta prakse ir arī absolventu mantiskie ziedojumi, iegādājoties grāmatas universitātes bibliotēkai. Absolventu pienesums savai universitātei var būt arī brīvprātīgais darbs, vadot ekskursijas skolēniem un viņu vecākiem, rosinot izziņāt universitātes vēsturi, sasniegumus, motivējot skolēnus paraudzīties uz šo universitāti kā savu nākamo mācību iestādi (Weerts, Cabrera, Sanford, 2010).

ASV, kur novērojama plaša un stratēģiska augstskolu sadarbība ar absolventiem, 2007. gadā koledžas un universitātes ziedojumos piesaistīja un saņēma 29 miljardus, no kuriem 28% bija absolventu ziedojumi (Council for Aid to Education, 2008). Tā kā valdības finansējums turpina samazināties, ziedojumu piesaiste no citiem resursiem kļūst arvien nozīmīgāka, tieši tāpēc arvien pieaug nepieciešamība pēc datu vākšanas un pētījumiem par absolventu turpmākajām gaitām (Burke, 1988; Caboni and Proper, 2008). Absolventi atbalsta savas universitātes ne tikai ziedojot, bet arī kļūstot par universitāšu interešu pārstāvjiem – lobistiem. Šī parādība kļūst arvien izplatītāka un izpaužas arvien uzstājīgāk (Potter, 2003). Caur dažādām padomdevēju komitejām un konsultatīvajām darba grupām universitāšu absolventi palīdz savām universitātēm un to vadībai formulēt universitāšu stratēģiskos mērķus un tos piepildīt (Weerts, 1998). Pastāv arī prakse, kad absolventi – seniori kļūst par absolventu (junioru) mentoriem, tādējādi palīdzot iekļauties darba tirgū, vienlaikus sniedzot padomus arī par to, kā labāk atbalstīt savu universitāti. Šī sadarbība noteikti uzskatāma par efektīvāku nekā darba sludinājumu publicēšana (Fogg, 2008). Arvien nozīmīgāka kļūst tieši daudzveidīga absolventu palīdzība savām universitātēm, jo konkurence universitāšu starpā arvien pieaug (Cabrera *et al.*, 2005; Weerts, Ronca, 2008). Sadarbības modeļu veidošana un attiecības ar absolventiem kļūst par izšķiroši svarīgiem faktoriem. Tas nozīmē, ka universitātes iegulda arvien lielākus līdzekļus šo attiecību veidošanā. 2003. gadā ASV universitātes investēja 8,7 miljonus ASV dolāru pasākumos, kas vērsti uz sadarbību ar absolventiem. Tas ir ekvivalents 81 pilna laika darbinieka izmaksām (Alumni Relations Task Force, 2004).

Absolventi kā brīvprātīgie ir ļoti nozīmīgs resurss. Brīvprātīgo darbs kopumā vēsturiski bieži saistīts ar reliģiska rakstura piederību, līdz brīdim, kad reliģiskās vai ticībā balstītās organizācijas ieviesa dažādus formālus mehānismus, lai organizētu brīvprātīgo darbu (Penner, 2002). Studentiem jāpiedāvā iespējas veikt brīvprātīgo darbu, kas palīdzētu nodrošināt fakultātes un/vai universitātes vajadzības. Pierādīts, ka tie studenti, kas iesaistījušies brīvprātīgajā darbā, tam veltot 6 vai vairāk stundas nedēļā, pēc universitātes beigšanas to labprāt turpina (Asti *et al.*, 1999). Uzvedības modeļi sadarbībai ar savu universitāti veidojas jau pirms studiju uzsākšanas. Šo modeļu pamatā ir ģimenes vērtības, sākumskolas, pamatskolas un vidusskolas pieredze, dažādas jauniešu aktivitātes un apkārtējās kopienas vērtības. Lai izprastu absolventu potenciālo devumu atbalstot savas universitātes, jānovērtē sociālās apmaiņas teorijas nozīme (Weerts, Ronca, 2008).

Universitātēm jāaicina ziedot ne tikai absolventi, bet arī darbinieki. Pētnieki analizējuši šādu mērķa grupu vidū pastāvošo vēlmi ziedot: administratīvie darbinieki – absolventi, administratīvie darbinieki, kas nav absolventi, akadēmiskais personāls, kas ir absolventi un akadēmiskais personāls, kas nav konkrētās universitātes absolventi. Absolventu statuss nedz administratīvajiem, nedz akadēmiskajiem darbiniekiem šajā kontekstā nav nozīmīgs aspekts. Tas neietekmē summas lielumu, kas tiek ziedota, tomēr iespaido ziedojumu biežumu. Tas apgāž pieņēmumu, ka studiju gados, kas pārsvarā uzskatāmi par personības veidošanās laiku, kopā pavadītais laiks ar studiju biedriem un universitātes docētājiem, kā arī administratīvo personālu, veido ciešas saiknes, kas paliek atmiņā uz visu mūžu. Starp darbiniekiem universitātei visbiežāk ziedo tieši akadēmiskais personāls, kura pārstāvju ienākumi ir vislielākie, turklāt neatkarīgi no tā, vai absolvēta tieši šī universitāte. Iespējams, ka tieši ciešā saikne ir iemesls, kāpēc

absolventi, kas ir arī universitātes darbinieki, ir kūrāki ziedotāji. Iespējams, ka piederība universitātei, kas nostiprinājusies pārlietu ilgā laika periodā, mazina motivāciju ziedot. Pētījums norāda, ka aicināt ziedot tādu personu, kas vienlaikus ir attiecīgās augstskolas absolvents un darbinieks, sūtot divkārtu aicinājumu, ir kļūdaini solis. Ziedojumu piesaistītāja rīcībā jābūt pietiekami detalizētām datu bāzēm, kuras izmantojot, šai konkrētajai personai tiktu piemērota tikai viena identitāte, lai izskaustu gadījumus, kad persona vienlaikus saņem, piemēram, divus vai trīs aicinājumus ziedot. Ziedotāji parasti izvēlas sev tikamu, atpazīstamu ziedošanas mērķi, visbiežāk ziedo savas fakultātes vajadzībām (Borden, Shaker, Kienker, 2014).

Visbeidzot, absolventu motivāciju ziedot savu laiku nosaka arī šo absolventu pieredze, kas gūta, atbalstot savas universitātes. Investīciju modelis nosaka, ka motivācija un absolventu brīvprātīgās darbības veidi atkarīgi no apmierinātības līmeņa, kas līdzsvarots ar ieguldījumu šajās attiecībās un ar to saistītajām izmaksām, pie noteikuma, ja absolvents jau investējis universitātes attīstībā (Rusbult, 1980). Šī teorija norāda, ka attiecību modeļu attīstība var balstīties tikai esošās sadarbības kvalitātē ar kādu konkrētu universitātes departamentu vai fakultātes nodaļu. Piemēram, ja absolventi, kas bijuši sportisti, guvuši pozitīvu pieredzi saistībā ar universitātes sporta nodaļu, tad šie absolventi visdrīzāk varētu vēlēties savas universitātes atbalstīt kā brīvprātīgie, lai noorganizētu kādu sporta pasākumu. Šajā gadījumā absolventiem piemīt īpašas prasmes organizēt tieši šādus pasākumus (Rusbult, 1980).

Iztirzājot absolventu un viņu *alma mater* attiecības, pētnieki konstatējuši, ka šajās attiecībās darbojas šādi faktori: “izglītības tēls”, “komunikāciju tēls”, apmierinātība ar sociālo un akadēmisko vidi. Šis faktoru kopums sniedz atbildi uz pētnieku formulēto jautājumu: “kuri faktori ir nozīmīgi un kuri – izšķiroši svarīgi sekmīgām attiecībām?” Attiecības uzskatāmas par sekmīgām, ja uz jautājumu par to, kādu studiju vietu absolvents izvēlētos, ja vajadzētu izvēlēties vēlreiz, absolvents atbild, ka izvēlētos to pašu augstskolu un studiju programmu. Piederības sajūtu rada lepnums par savu universitāti un kopīgas vērtības. Vēlmi atlīdzināt savai *alma mater* apliecina pašu absolventu mutiski vai rakstiski pausts paziņojums par gatavību ziedot savai augstskolai regulāri, vai arī atsaucoties augstskolas lūgumam palīdzēt apmierināt kādu noteiktu vajadzību. Lai panāktu šādu absolventu kopas vai indivīdu pretimnākšanu, nepieciešama pārlicenoša komunikācija, vērstoties pie absolventiem. Šo saziņu būtu jāuzsāk un jāuztur universitātes administrācijai un docētājiem. Komunikācijā ar absolventiem universitātei jābūt kā “gādīgai mātei” un absolventiem – kā “mīlētiem bērniem”. Universitātēm jāizmanto absolventu potenciāls, lai piesaistītu nākamos studentus. Absolventi varētu vadīt ekskursijas, stāstīt par savu pieredzi iepazīšanās semināros, kā arī dalīties ar informāciju par iespēju studēt savā *alma mater* ar radiem un draugiem. Universitātei absolventi jāuztver kā vienlīdzīgi partneri augstskolas attīstības ceļā. Darbā ar absolventiem svarīgi arī ņemt vērā to, ka savstarpējie sadarbības veidi jādažādo – jārod dažādas, atbilstošas pieejas saziņā ar dažādu vecumu grupu absolventiem. Attieksme pret savu *alma mater* kardināli atšķiras to absolventu vidū, kas beiguši universitāti pirms diviem gadiem un starp tiem, kas to absolvējuši jau pirms astoņiem gadiem (Pedro, Pereira, Carrasqueira, 2018). Autore piekrīt, – jo nesenākas un tuvākas ir saites ar augstskolu kopš absolvēšanas, jo lielāka ir absolventu atsaucība.

Pētījumā par absolventiem – uzņēmumu vadītājiem pētnieki secinājuši, ka pastāv lielākas iespējas saņemt ziedojumus no uzņēmumu vadītājiem, kuri ieņem augstākus amatus un kuru ienākumi ir lielāki. Šiem ziedotājiem svarīgi, lai viņu veikto ziedojumu uzzinātu ģimenes locekļi un draugi. Nozīmīgs faktors, pēc kura vadās šie ziedotāji, ir arī universitātes veiksmes stāsti. Tiem, kas ieņem augstus amatus, ir svarīgi ziedot veiksmīgai universitātei, kurai ir skaidri noteikti attīstības mērķi un ambīcijas sasniegt vēl vairāk. Tas liecina, ka ziedotājs vēlas piedalīties nozīmīgas un veiksmīgas ieceres īstenošanā. Pētījums norāda, ka tajos reģionos, kas ir turīgāki, tiek saņemti lielāki ziedojumi salīdzinājumā ar tiem reģioniem, kuros ekonomikas rādītāji ir zemāki. Pētnieki arī secinājuši, ka absolventiem, kuri ziedo, nav tik svarīgi saņemt pretī universitātes atzinību kā tiem ziedotājiem, kas nav universitātes absolventi. ASV absolventiem ir svarīgi universitātes sporta komandu sasniegumi. Tomēr pētnieki norāda, –

universitātēm būtu jāņem vērā, ka tikai līdzsvars starp akadēmiskajiem mērķiem un sporta vajadzībām ir pareizā ziedojumu piesaistes stratēģijas taktika. Tas ļauj universitātēm uzrunāt lielāku esošo un potenciālo ziedotāju skaitu (Wunnava, Okunade, 2013).

Lai sagaidītu pēc iespējas vairāk ziedojumu, ar topošajiem absolventiem jāveido sadarbība jau tad, kad tie vēl studē. Mācību iestāžu administrācijai un docētājiem savlaicīgi jāveido lojalitāte un saikne starp mācību iestādi un studentiem. Pētījuma autori norāda, ka ziedojuma piesaistes veiksmes pamatā ir ziedojumu piesaistes komandas institucionālās izaugsmes kvalitāte. Ziedojumu piesaistes speciālistiem jāizprot absolventu vēlmes un prioritātes, izvēloties ziedojuma mērķi. Patiesi skaidra vajadzību izpratne kalpo par atbalstu mācību iestādes un absolventu attiecībām ilgtermiņā. Mācību iestādei jā rūpējas, lai vēl studiju laikā studentos ieaudzinātu izpratni par filantropijas nozīmību kopumā un darbībām, kas jāveic ziedojot. Tikpat svarīgi ir veidot priekšstatu par mācību iestādes komunikācijas principiem ar ziedotājiem. Pētījuma rezultāti arī norāda, ka tie absolventi, kuriem piemīt izteiktāka pilsoniskā apziņa, ir devīgāki un labāk izprot filantropijas nozīmi izglītības kvalitātes veicināšanā. Mācību iestāžu administrācijai un docētājiem jāņem vērā, ka sekmīgāka ziedojumu piesaiste iespējama tad, ja ziedošanas mērķi palīdzēs risināt kādas nozīmīgas pilsoniskās sabiedrības problēmas, kas atbilst arī pašu absolventu interesēm un pārliecībai par nepieciešamību risināt konkrētās problēmas (Weerts, Cabrera, 2018).

Ziedošanas kultūru un tradīcijas ietekmē dažādi faktori, kurus vairāki pētnieki analizēja savos pētījumos. Pēc autores apkopojuma var uzskaitīt faktorus, kurus visbiežāk ņem vērā pētot absolventu ziedošanas kultūru un tradīcijas:

- (1) akadēmiskais sniegums – cik ļoti absolventi ir apmierināti ar studiju kvalitāti, kad viņi bija studenti;
- (2) studiju vides kvalitāte – cik labvēlīga bija studiju vide, kad absolventi vēl mācījās augstskolā;
- (3) institucionālās vērtības – diploma un mācību iestādes vērtības pakāpes noteikšana;
- (4) absolventu motivācija ziedot – absolventu filantropiskais atbalsts universitātei, ar to saistītie centieni.

Garveja pētījumā norādīts – universitātes darbiniekiem un docētājiem jāņem vērā absolventu vēlmes, vērtības un vajadzības. Jāveic regulāri pētījumi un šo pētījumu rezultāti jāliek pamatā ziedošanas kampaņu organizēšanai un komunikācijai ar absolventiem kā īstermiņā, tā ilgtermiņā. Svarīgi noskaidrot, vai absolventi vēlas ziedot naudas līdzekļus, vai brīvprātīgo darbu. Ziedojumu kampaņas vadītājiem un universitātes vadībai jāseko līdzi visu augstākminēto faktoru kvalitātes rādītājiem un savlaicīgi jānovērš radušies trūkumi. Kā studentiem, tā absolventiem jājūtas komfortabli, saņemot akadēmiskās zināšanas, uzturoties universitātē. Tas rosinās absolventu diploma un universitātes institucionālo vērtību novērtēšanu ar augstāku punktu skaitu. Studentiem un absolventiem jāizjūt tas, ka viņi ir nozīmīgi universitātes dzīvē (Garvey, 2016).

Kā iepriekš norādīts, svarīgi pētnieciskie jautājumi skar absolventu apmierinātības līmeni ar savu mācību iestādi, šiem jautājumiem valtīti virkne pētījumu (Baade, Sundberg 1996; Belfield, Beney, 2000; Clotfelter, 2001; Snijders, Wijnia, Rikers, Loyens, 2019). Pētnieki formulējuši šādus jautājumus, kuri izvērtējami, lai dziļāk izprastu to, vai augstskola pilnvērtīgi noskaidro studentu un absolventu nostāju, kas ietekmēs šīs svarīgās mecenātu grupas motivāciju atbalstīt savu universitāti: kādos veidos tiek izvērtēta absolventu apmierinātība? Kāds ir visnozīmīgākais faktors, kas nosaka šo attiecību kvalitāti? Kā studentu un absolventu pieredzes nosaka viņu pašreizējās attiecības ar mācību iestādi? Pētījums veikts, balstoties teorijā un padziļinātās intervijās, kurās piedalījās dažādu vecumu, dzimumu, rasu, absolvēto studiju līmeņu, absolvēto studiju programmu un universitātes filiāļu respondenti. Pētnieks secinājumos norāda, ka tas, cik lielā mērā absolventi ir apmierināti ar attiecībām ar mācību iestādi pamatā atkarīgs no 5 faktoriem: personīgajām vērtībām; atbilstošas institucionālās vienotības uztveres; komunikācijas kvalitātes un tās intensitātes atbilstības absolventu komforta līmenim; uzticēšanās un piepildījuma sajūtas. Absolventu apmierinātības līmeņa noteikšana ir



dinamisks process un pieci augšminētie faktori ietekmē viens otru, kopīgi veidojot nozīmīgu elementu – faktoru savstarpējo mijiedarbību. Šai mijiedarbībai jābūt līdzvērtīgai, nevienam no minētajiem faktoriem nepiešķirot prioritāti. Neatkarīgi no absolventu vecuma grupas, dzimuma, rases, absolvētās studiju programmas un līmeņa, visi pieci faktori visiem intervētajiem absolventiem bija vienlīdz svarīgi. Attiecībā uz piepildījuma sajūtu, absolventiem ir būtiski saņemt informāciju par atbalstāmajiem – zināt labuma saņēmēju profilus. Tikpat svarīga ir universitātes atgriezeniskā saikne ar saviem absolventiem. Absolventi jāinformē par iespējām, ko universitāte nodrošinās saviem absolventiem – ziedotājiem. Protams, nozīmīgas ir arī nodokļu atlaides, ko saņem ziedotāji. Par to potenciālie un esošie ziedotāji jāinformē jau savlaicīgi, lai tie varētu rēķināties ar nodokļu atlaižu apjomu, jo tas nosaka arī ziedotās summas lielumu.

Luiziānas Universitāte (*Louisiana State University*) organizēja īpašu studiju kursu, kas paredzēts, lai attīstītu studentu līderības iemaņas, kā arī veicinātu lojalitāti pret savu *alma mater*. Viens no šī studiju kursa pakārtotajiem mērķiem bija aktualizēt lojalitāti – ziedošanu savai universitātei, esot jaunā statusā – kā absolventam. Studenti, kas piedalījās šajā studiju kursā, pēc tam procentuāli ziedoja biežāk nekā tie, kas šo studiju kursu neapmeklēja. Pētījums parādīja, ka, jau esot absolventu statusā, studiju kursu pabeigušās sievietes ziedoja biežāk nekā vīrieši, savukārt vīrieši ziedoja prāvākas summas. Afroamerikāņi un spāņu izcelsmes absolventi ziedoja ievērojamākas summas nekā absolventi ar baltu ādas krāsu. Turklāt šis studiju kurss radīja papildu pozitīvu tendenci, – tiklīdz to apmeklējušie studenti absolvēja augstskolu, tie kļuva par ziedotājiem (Thompson, Burnett, 2019).

Promocijas darba autore piekrīt, ka nepieciešams ieguldīt pārdomātu darbu jau tad, kad studenti tikko uzsākuši mācības augstskolā, veidojot noturīgas lojalitātes saiknes starp studentu un augstskolu. Īpašu studiju kursu izveide, kas studentiem sniedz papildus impulsus, stimulējot studentu personisko izaugsmi, piemēram, studiju kurss līderības iemaņu veicināšanā, ir pārdomāta investīcija, lai *alma mater* sagaidītu ziedojumus no saviem nākamajiem absolventiem. Šāds darbs nākotnē atvieglo sakaru uzturēšanu ar absolventiem un veido pamatu efektīvai sadarbībai ar šo mērķa grupu.

Filantropijas pētījumi paplašina pētniecību, lai ņemtu vērā skatījumu uz dažādām dāvināšanas kultūrām. Viena no pieejām ir noteikt lielākās absolventu ziedotāju grupas pēc motivācijas, vērtībām un uzskatiem, kas tām ir kopīgi. Viena no šādām pieejām ir “dažādu seju” ietvars, kas veiksmīgi piemērots dažādos apstākļos. Pētījums pierādījis, ka absolventi ziedo, lai apliecinātu lojalitāti savai augstskolai vai pateicībā par studiju laikā iegūtajām zināšanām, pieredzi, draugiem un paziņām (Prince, File, 1995). Autore piekrīt, ka piedāvātais absolventu – ziedotāju dalījums grupās atbilstoši motivācijai, vērtībām un uzskatiem ir vērtīgs, jo ļauj padziļināti izprast mērķa grupas struktūru un rast katrai no šīm kopām piemērotāko saziņas veidu, kā arī vienoties par piemērotāko atbalstu, kuru attiecīgā absolventu kopa būtu gatava sniegt augstskolai – tādējādi, organizējot pasākumu un sūtot vēstules, būs iespējams izvēlēties precīzāku, šī grupas interesēm atbilstošāku ziņu, kas viņiem kā līdzīgi domājošiem radītu kopības sajūtu. Tādējādi varētu panākt ziedojumu skaita un apjoma pieaugumu, jo, iedvesmojoties vienam no otra, rodas un nostiprinās sajūta, ka absolventi ir vērtīgi un noderīgi savai augstskolai.

Pētījums “Alumni giving at a small liberal arts college: evidence from consistent and occasional donors” (Wunnava, Lauze, 2001) par absolventu finansiālo ieguldījumu mazā, privātā mākslas koledžā aptvēra 23 gadu gaitā ievāktu datu apkopojumu. Pēc ziedotāju īpašību novērošanas vēsturiskā griezumā koledžas amatpersonas spēja ievērojami precīzāk prognozēt nākotnes absolventu devumu. Galvenie pētījumā atklātie absolventu ziedošanu ietekmējošie faktori bija šādi: brīvprātīgais darbs koledžā un valodu skolas apmeklējums studiju laikā; dzīvesvieta valstīs, kurās darbojas absolventu organizācijas nodaļas, kā arī nodarbinātība finanšu nozarē. Turklāt absolventi, kuru radnieki arī apmeklējuši koledžu, kā arī absolventi, kuri koledžas laikā nodarbojušies ar sportu, veidoja tās divas grupas, kuru pārstāvjiem bija liela varbūtība kļūt par ziedotājiem. Augstskolas dibina birojus, kuru uzdevums ir strādāt ar

absolventiem. Pētījums pierāda, ka šādi biroji ir lietderīgi augstskolām, jo ļauj koncentrēties uz šiem absolventiem, lai vairotu šo absolventu iesaistīšanas potenciālu. Svarīgi plaši publiskot ziņas par absolventu pulcēšanās pasākumiem un īpaši uzrunāt tos, kas studiju gados bija pieteikušies brīvprātīgo darbam. Starp neregulārajiem ziedotājiem absolventu birojiem īpaši ieteicams pievērsties vīriešiem, studentu un studenšu korporāciju locekļiem, kā arī tiem absolventiem, kuri drīz sasniegs pensijas vecumu (Okunade, Wunnava, Walsh, Jr., 1994). Ieguvums no šī pētījuma ir atziņa, ka, jo ilgākā periodā tiek ievākti un apstrādāti dati par absolventu ziedojumiem, jo precīzāki ir secinājumi, kas ļauj mērķtiecīgāk uzrunāt absolventus ziedojumu veikšanai. Balstoties pētījuma secinājumos un praktiskajos novērojumos, šī darba autore secina, ka absolventu biroju darbā ievākto datu klasifikācijai un grupēšanai ir īpaša nozīme, lai sekmīgi uzrunātu dažādas absolventu grupas. Piemēram, to absolventu uzrunāšana, kuri drīz būs pensijas gados, ir nozīmīga iespēja aicināt novēlēt testamentā savu mantu vai tās daļu absolvētajai augstskolai. Testamentārie novēlējumi parasti tiek sniegti ar norādījumu veidot neaizskaramo pamatkapitālu, lai augstskola varētu izmaksāt stipendijas vai atbalstīt pētnieku grupas, vai arī realizēt infrastruktūras uzlabošanas projektus, finansējot tos tikai no ienākumiem, kas rodas, apsaimniekojot šo neaizskaramo pamatkapitālu.

Līdztekus īstajam laikam, kurš jāizvēlas, lai uzrunātu absolventus, aicinot atbalstīt savu absolvēto augstskolu, pastāv arī būtiski ar kontekstu saistīti elementi. Piemēram, termins "studentu pieredze" guvis lielu popularitāti augstskolu administrācijas un docētāju vidū. Konigas-Luisas (*Koenig-Lewis*) pētījumā, apskatot to, kā absolventi atsauc atmiņā augstskolā pieredzēto, tiek nošķirta akadēmiskā un sociālā pieredze. 883 absolventu kvantitatīvās aptaujas rezultāti liecināja, ka akadēmiskajai pieredzei bija lielāka ietekme uz turpmāko ar lojalitāti saistīto attieksmi un uzvedību nekā sociālajai pieredzei. Klasteru analīze ļāva secināt, ka absolventi, kuriem izveidojušās un saglabājušās ciešas saites ar augstskolu, laika gaitā biežāk identificējas ar akadēmisko pieredzi savā augstskolā, savukārt tie, kuru piesaiste augstskolai ir vāja, biežāk identificējas ar sociālo pieredzi. Absolventu asociācija svar attīstīties, ja uzrunā un strādā ar mērķa grupām, kuru saišu stiprums ar augstskolu ir atšķirīgs (Koenig-Lewis, 2015). Nozīmīga pētījuma rezultāti norāda uz akadēmiskā personāla lomu absolventu saišu stiprināšanā ar savu augstskolu. Autore piekrīt, ka akadēmiskā personāla iesaiste darbā ar absolventiem dod izmērāmus rezultātus ziedojumu piesaistē, tādēļ tai pievēršama īpaša uzmanība. Lielākā akadēmiskā personāla daļa absolventu ieskatā ir autoritātes. No šī pētījuma autore secina, ka regulāra un pārdomāta akadēmiskā personāla iesaistīšana ziedojumu vākšanas kampaņās ir būtiska panākumu atslēga.

Mastrojeni (*Mastroieni*) pētījuma mērķis bija noskaidrot doktorantu motivāciju ziedot savai augstskolai (Mastroieni, 2010). Arī šis jautājums visplašāk pētīts ASV. Lielākā daļa ASV augstskolu ir atkarīgas no savu absolventu ziedojumiem, jo ziedojumi papildina studiju maksu un valdības dotāciju nodrošinātos resursus. Mastrojeni (*Mastroieni*) un Gasmana (*Gasman*) norāda, ka salīdzinoši neliels ziedotāju skaits atrodams starp bijušajiem doktorantūras studentiem. Tā kā doktorantūras pieredze ievērojami atšķiras no pamata studiju pieredzes, ziedojumu vākšanas aicinājumi, kas pielāgoti pamata studiju pieredzei, negūst doktorantūras absolventu atsaucību. Ja augstskolas varētu pievērsties dažādu motivāciju veidošanai un attīstīšanai, tad ziedotāju skaits starp bijušajiem doktorantiem būtu lielāks. Kvalitatīvais pētījums ietvēra intervijas ar vienas augstskolas doktorantūras absolventiem, kuri ziedoja savai augstskolai, kā arī ar bijušajiem pamat līmeņa studiju programmu absolventiem, kuri sniedza datus, lai pētītu šo grupu motivāciju ziedot. Pētījuma vērtība un unikalitāte rodama tajā, ka līdz šim nav tikuši veikti šāda veida pētījumi par bijušo doktorantūras studentu motivāciju ziedot. Pētījums atklāja, ka sociālās apmaiņas teorija lielā mērā izskaidro ziedošanu. Ziedotāji pētījumā kā motivāciju ziedošanai min pateicību un finansiālu atbalstu, kuru saņēmuši, studējot doktorantūrā. Turklāt tiem bijušajiem doktorantiem, kuriem papildus finansējuma saņemšana bija kā pozitīva studiju laika pieredze, ziedos vairāk un biežāk. Sociālās apmaiņas motivācija var palīdzēt augstskolām labāk saprast, kāpēc bijušie doktoranti ir motivēti ziedot, kā arī sekmīgāk kā strukturēt doktorantūras programmas, lai veicinātu lielāku studentu apmierinātību

un līdz ar to – lielāku tieksmi ziedot nākotnē. Lai gan daži ziedotāji teica neticību tam, ka viņu ziedojums varētu veicināt augstskolas attīstību, šie ziedotāji faktiski izmantoja šo iemeslu, lai racionalizētu savu lēmumu mazāk ziedot savai augstskolai. Pētījums pierāda, ka tie doktorantūras absolventi, kuri ir apmierināti ar studējot gūto pieredzi un izjūt pateicību par doktorantūras laikā saņemto finansējumu, vēlas iesaistīties savu bijušo doktorantūras studiju kvalitātes attīstībā. Pētījuma konstatējumos uzsvērts, ka šādiem doktorantūras absolventiem nepieciešama īpaša, atšķirīga ziedojumu vākšanas pieeja. Tās pieejas, kuras tradicionāli darbojas ziedojumu piesaistē no pamata studiju absolventiem, šajā gadījumā nebūs tik iedarbīgas. Pētījumā sniegtas rekomendācijas doktorantūras studiju programmu docētājiem un administrācijai, lai sekmīgāk aicinātu bijušos doktorantus ziedot (Mastroieni, 2010; Gasman, 2010). Promocijas autore uzskata, ka šis pētījums tiešām ir unikāls ar to, ka tā mērķis ir formulēt noteiktas, šauras mērķauditorijas motivāciju ziedot savai augstskolai, līdz ar to iegūti secinājumi, kurus var ņemt vērā arī praktiskajā ziedojumu piesaistes darbā Latvijā. Balstoties savos novērojumos, autore piekrīt secinājumam – ja studiju laikā studenti saņēmuši mecenātu stipendijas, tad, uzrunājot bijušos studentus, nu jau absolventus un aicinot tos ziedot savai augstskolai, atsaucība ir krietni lielāka nekā to absolventu gadījumā, kuriem nav bijis šādas pieredzes. Autore ir vienisprātis, ka dažādām mērķauditorijām jāizstrādā dažādi veidi, kā aicināt atbalstītājus ziedot.

Norts (*North*) konstatē, ka augstākā izglītība ASV ir sarežģīta nozare, kurā valda sīva konkurence. Augstskolu panākumus ietekmē daudzi iekšējie un ārējie faktori. Augstskolu filantropijas organizāciju sekmes ziedojumu piesaistē bieži atspoguļo augstskolas vispārējo panākumu līmeni. Šī pētījuma autore, balstoties iepriekš apskatītajos pētījumos, uzskata, ka tas saistīt ar absolventu apmierinātību a gūto izglītību – pozitīvo akadēmisko pieredzi studiju laikā un iegūtās izglītības noderīgumu turpmākajā dzīvē. Turklāt iepriekšējos pētījumos konstatēta arī sakarība starp dažādiem institucionāliem raksturlielumiem un filantropiska atbalsta ģenerēšanu. Pamatojoties uz literatūras apskatu, tika pētīti šādi raksturlielumi, lai noteiktu, vai tie saistāmi ar iespējām prognozēt ziedošanu no absolventu vidus: finansiālās atbildības rādītājs, absolvēšanas rādītājs, vecums, augstskolas vadītāja pilnvaru termiņa ievērošana, studentu akadēmiskie parādi, studentu aizdevumu saistību neizpildes rādītājs. Pētījumā apstiprinājās ideja, kas novērota arī citos pētījumos, ka augstākajā izglītībā institucionālie raksturlielumi bieži vien ir cieši savstarpēji saistīti. Augstskolas panākumi vienā jomā, visticamāk, ļauj prognozēt panākumus arī citās jomās. Pētījums atklāja, ka absolventu skaits palīdz vispārliciecināt prognozēt ziedotāju skaita pieaugumu starp absolventiem. Studentu parādi un augstskolas lielums arī atzīstami par nozīmīgiem faktoriem, kas ietekmē ziedotāju skaita pieaugumu starp absolventiem. Augstskolu vadītājiem, filantropijas organizāciju vadītājiem un valdēm šie rezultāti noderīgi, lai izvēlētos stratēģiskās plānošanas virzienus, kā arī sniegtu mācībspēkiem un personālam zināšanas par būtiskām sakarībām starp šiem un citiem mainīgajiem lielumiem, kas ietekmē augstskolas pozitīvo dinamiku saistībā ar ziedotāju skaita pieaugumu starp absolventiem (North, 2016).

Konkurētspējīgā augstākās izglītības tirgū augstskolu vadītāji arvien vairāk paļaujas uz absolventu ietekmi un viņu ieguldīto brīvprātīgo darbu, kas sekmē augstskolu institucionālo mērķu sasniegšanu. Tā kā ziedotāji no absolventu vidus pierādījuši savu apņemšanos finansiāli atbalstīt augstskolu, bieži tiek sagaidīts, lai šie absolventi arī brīvprātīgi veiktu augstskolai nozīmīgus darbus un kļūtu par augstskolas politiskajiem pārstāvjiem. Izmantojot binomiālo loģistikas regresiju, Vīrtsa (*Weerts*) un Ronkas (*Ronca*) kvantitatīvajā pētījumā apskatīts plašs vienas augstskolas absolventu – ziedotāju skaits ar mērķi prognozēt šo ziedotāju skaita dinamiku, nosakot, kuri ziedojošie absolventi darbotos kā brīvprātīgie savā augstskolā (iesaistoties konsultatīvajās padomēs, politiski pārstāvot augstskolas intereses, darbojoties absolventu klubā). Pētījums liecina, ka ziedojošo absolventu brīvprātīgo darbu ļauj prognozēt kapacitātes mainīgie lielumi, kas saistīti ar dzimumu, dzīvesvietu un vispārējo pilsonisko iesaisti. Iesaiste brīvprātīgajā darba un ziedošana savai augstskolai saistīta ar šādiem faktoriem: akadēmiskās pieredzes kvalitāte bakalaura līmeņa studiju laikā; pašu absolventu uzskatiem par

to, kādas lomas būtu jāpilda absolventiem, kuri iesaistās brīvprātīgajā darbā; tas, cik akadēmiskos grādus absolvents ieguvis attiecīgajā augstskolā (Weerts, Ronca, 2008). Šis pētījums Latvijas kontekstā īpaši akcentē to, ka sadarbība starp augstskolu un absolventiem var būt ārkārtīgi daudzveidīga, un, autore prāt, tas jāņem vērā apstākļos, kad absolventu ziedošanas tradīcijas daudzos aspektos vēl tikai attīstās. Absolventi var būt ziedotāji, brīvprātīgie, kā arī darboties kā augstskolas politiskie pārstāvji, aizstāvot augstskolas intereses valsts un pašvaldību līmenī. Īpaši svarīgi, ka tieši augstskolām būtu saviem absolventiem jāpiedāvā šīs līdzdarbības un iesaistes iespējas.

Okunades (*Okunade*) un Berla (*Berl*) pētījumā vērtēta uzņēmējdarbības augstskolas absolventu vēlme ziedot savai *alma mater*. Aptaujas datu izpētei tika izmantots regresijas modelis. Tika aptaujāti absolventi, kas absolvējuši lielu, Kārnegi klasifikācijā iekļautu doktorantūras līmeņa valsts augstskolu laikā no 1955./1956. līdz 1990./1991. akadēmiskajam gadam. Tika konstatēts, kaniecīgajai ziedošanas varbūtībai ir nozīmīga sakarība ar tādiem faktoriem kā laiks, kas pagājis kopš absolvēšanas, absolvēto studiju līmenis, vēlme ieteikt augstskolu citiem, mājsaimniecības ienākumi un izdevumi, ģimenes saites ar *alma mater*, citu zināmo ziedotāju skaits un atbilstošu brīvprātīgo darbu aprakstu pieejamība, lai absolventi varētu piedalīties augstskolas attīstības projektos. Pētījuma secinājumus var izmantot, lai prognozētu ziedojumu vākšanas perspektīvas un izvēlēties efektīvākās. Lai sekmētu absolventu atbalstu augstskolai, tiek pētīti potenciāli nākotnes pētniecības virzieni, kas augstskolu reitingā nodrošinātu universitātei augstāku vietu. Turklāt pētījums ierosina vēl šādu sasaisti starp atbalstu augstskolai un reformām – augstskolas administrācija varētu reformēt izglītības procesu, lai sekmētu turpmāko ziedošanas dinamiku. Šādas reformas varētu ietvert augstas kvalitātes studiju vides nodrošināšanu, piemēram, rūpējoties par plaši pazīstamu, nacionālā mērogā atzītu profesoru un viesu iesaisti augstskolas nodrošinātajā mācību darbā. Noderētu arī pasākumi, kas uzņēmējdarbības studentiem dotu dziļāku ieskatu finanšu ieguldījumu, apdrošināšanas un nekustamo īpašumu jomā. Pēc autore domām, šādi tiktu sekmēts atbalsts no tiem absolventiem, kuri vēlāk darbojas praktiskās uzņēmējdarbības nozarēs.

Runājot par potenciāli atsaucīgākajām atbalstītāju grupām, augstskolu filantropijas organizācijām būtu vērts lūgt ziedot tiem absolventiem, kuri apprecējušies savā starpā. Okunade (*Okunade*) un Berls (*Berl*) norāda, ka augstskolu filantropijas organizācijām nepieciešams nodrošināt nepārtrauktu, ilgstošu un kopumā apmierinošu sociālo, psiholoģisko un mācīšanās kvalitātes apstākļu kopumu, kuru bagātinātu arī universitātes pilsētīņas dzīve. Pētījumā analizētajā augstskolā norisinās ikgadējas šīs augstskolas filantropijas organizāciju veidotas ziedojumu kampaņas. Tomēr pirmo reizi kopš tās dibināšanas 1912. gadā ziedojumu vākšanas kampaņa, kas aizsākās 1993. gada septembrī, pēc trim gadiem ziedojumos ļāva saņemt 76 miljonus ASV dolāru neaizskaramajam pamatkapitālam (Okunade, Berl, 1997). Autore piekrīt, ka ziedojumu vākšanas kampaņām, kuras metodiski uzrunā augstskolas kopienas, ir lielāka atdeve ziedojumu piesaistē kā ziedojumu apmēru ziņā, tā ziedotāju skaita ziņā. Ziedojumu kampaņām rūpīgi jāgatavojas un tās jārealizē pārdomāti, turklāt jāveic izmaiņas atbilstoši situācijai, tādēļ procesu metodiski jāpārtrauc un jāizvērtē. Būtiski pateikties visiem ziedotājiem un informēt par ziedojuma izlietojumu un ziedojuma mērķa piepildījumu.

Autore uzskata, ka Latvijā līdz šim maz aktualizēts jautājums par to, kā uzrunāt ziedotājus, ņemot vērā ziedotāju identitāti (etnisko, sociālo, seksuālo u.c. piederību). Latvijas sabiedrība nav tik viendabīga, kā varētu domāt, to pavirši salīdzinot ar citu valstu piemēriem. Nākotnē augstskolu attīstības kontekstā būs nepieciešams vērtēt atbalsta iespējas, ievērojot mērķa grupas pārstāvju identitāti un piederību. Tādējādi augstu vērtējami ir detalizēti dati kā par absolventiem, tā ziedotājiem, kuri ļautu ņemt vērā un iekļaut augstskolas atbalstītāju lokā sabiedrību visā tās daudzveidībā.

ASV pētnieks Drezners (*Drezner*) norāda, ka augstskolas tradicionāli paļāvušās uz turīgiem baltas ādas krāsas ziedotājiem, lai sasniegtu savus ziedojumu vākšanas mērķus. Tomēr, tā kā valsts ieguldījumi valsts augstākajā izglītībā samazinās, augstskolām jāformulē pamatmērķi ziedojumu piesaistē kā nozīmīgs faktors, apliecinot, ka tā ir ziedojumu vākšana jau

esošajām izcilībām, jo izcilības sniedz lielāku atdevi sabiedrības kopējam labumam, tautsaimniecības attīstībai. Augstskolu amatpersonām pastāvīgi jāiesaista ziedojumu piesaistē visas iedzīvotāju grupas, tostarp arī tās, kas vēsturiski tikušas izslēgtas no ziedojumu vākšanas stratēģijām. Nepieciešama mecenātu datu bāzes paplašināšana, pamatojoties uz teoriju, pētniecību un iepriekšējo praksi. Augstskolām jāveido pārdomātas ziedojumu piesaistes stratēģijas un tradīcijas. Šis pārskatītais avots publicēts 2011. gadā un iepazīstina ar jauniem pētījumiem par dažādām kopienām, kas tradicionāli nav tikušas uzrunātas ziedojumu vākšanas ietvaros, tostarp absolventiem, kuri ir sievietes, geji, biseksuāļi, transpersonas un transdzimuma personas (LGBTQ) afroamerikāņi, latīņamerikāņi, absolventi kopumā, neseni absolventi, sievietes un docētāji kā ziedotāji. Pētījumā apspriestas un analizētas veiksmīgas ziedojumu vākšanas kampaņas, kā arī sniegti praktiski ieteikumi un stratēģijas, lai izveidotu un īstenotu sekmīgas ziedojumu vākšanas kampaņas, kas ļautu iesaistīt šīs jaunās mecenātu grupas (Drezner, 2013). Autore uzsver, ka mecenātu datu bāzes paplašināšana – ne vien ietverot lielāku skaitu indivīdu, bet arī iespēju robežās ievācot detalizētāku informāciju, domājot par sabiedrības, tai skaitā, atbalstītāju, daudzveidību – ir būtisks resurss jebkurai izglītības iestādei, kas vēlas paplašināt ziedotāju loku un attīstīt kā filantropisku, tā iekļaujošu domāšanu absolventu un studentu vidū.

Augstskolas mērķu identifikācija vienlaikus ir pašas augstskolas, kā arī tās panākumu un neveiksmju atslēga. Organizācija nav spējīga skaidri un sistemātiski darboties, kamēr nav tikuši identificēti tās mērķi un uztverti kā svarīgs faktors. Maela (*Mael*) un Ašforta (*Ashforth*) pētījums testē uzlabotu modeli, kurš ļauj raksturot absolventu identificēšanos ar savu augstskolu. Aptaujājot 297 vīriešu reliģiskās koledžas absolventus, tika noskaidrots, ka identifikācija ar savu *alma mater* bija saistīta ar šādiem faktoriem:

- (1) hipotētiskajiem izglītības iestādes pirmsākumiem, kuri saistīti ar šīs iestādes unikalitāti, prestižu, kā arī to, ka organizācijā nepastāv iekšēja konkurence, savukārt tas, ka izglītības iestāde ārēji konkurē ar citām, šo identificēšanos neietekmē;
- (2) hipotētiskajiem individuāla rakstura iemesliem, kuri ir pamatā personas apmierinātībai ar augstskolu, studiju laika ikdienas pieredzei, kā arī sentimentāla rakstura iemesliem, savukārt tas, cik sen augstskola apmeklēta, apmeklēto izglītības iestāžu skaits vai mentora esamība identificēšanās sajūtu ar augstskolu neietekmē;
- (3) hipotētiskajiem rezultātiem, kurus ļautu sasniegt finansiāli ziedojumi, tam, vai persona būtu gatava ieteikt savām atvasēm vai citiem apmeklēt attiecīgo mācību iestādi, kā arī dalībai dažādos augstskolas pasākumos piemīt loma identifikācijā ar savu augstskolu. Šajās atziņās balstīti priekšlikumi augstskolu administrācijai, kas vēlas stiprināt un paplašināt absolventu atbalstu, kā arī uzņēmumu vadītājiem, kuri ir nobažījušies par darba ņēmēju izglītības kvalitāti (Mael, Ashforth, 1992).

Promocijas darba autore piekrīt, ka augstskolām jāņem vērā šie faktori, lai, precīzi novērtējot esošo un potenciālo atbalstītāju identificēšanos ar augstskolu, skaidri definētu ziedojumu kampaņu mērķus. Turklāt jāizvirza skaidras prioritātes, lai ziedojumu mērķi nekonkurētu savā starpā. Ja augstskolas vēlas, lai absolventi kļūtu par augstskolas vēstnešiem, augstskolām saviem absolventiem jānodrošina kvalitatīva informācijas plūsma, īpaši atklājot tos aspektus, kur augstskola vienoti, bez kardinālām domstarpībām virzās uz kādu noteiktu attīstības stratēģijā izvirzītu mērķi. Tas ļautu atbalstītājiem, kuri identificējas ar augstskolu, daudz pārliecinošāk atbalstīt šā mērķa sasniegšanu.

Samērā plaši pētīta augstskolu absolventu – sportistu potenciālā ietekme uz ziedojumu apjomu un skaitu. Piemēram, Bādes (*Baade*) un Sundberga (*Sundberg*) pētījums, kurš īstenots ASV augstskolu vidē, norāda, ka absolventu – bijušo sportistu vēlmi ziedot nosaka ne vien viņu sporta sasniegumi studiju laikā, bet arī studentu un administrācijas attiecības. Apskatot datus par laika periodu no 1973. gada līdz 1990. gadam, kuri iegūti no dažādām privātām augstskolām, valsts augstskolām un mākslas augstskolām ASV, konstatēts, ka lielākus ziedojumus no absolventiem saņēmušas klasiskās augstskolas, piemēram, valsts dibinātās augstskolas, kurās studentiem bija iespēja nodarboties ar basketbolu. Savukārt nelielo mākslas

augstskolu sasniegtie rezultāti bija zemāki – ziedojumu apmēri mazāki. Pētījumā secināts, ka absolventu ziedojumi atkarīgi no dažādiem, vienlīdz nozīmīgiem faktoriem: studentu – topošo absolventu studiju kvalitātes nodrošināšana; studentu – topošo absolventu attiecības ar augstskolas administrāciju, augstskolas un absolventu saiknes uzturēšana pēc studiju beigšanas. Pētnieki arī secina, ka absolventu ziedošanas sasaste ar viņu pieredzi tradicionālajā augstskolu sportā nav tik viennozīmīga, lai augstskolas ziedojumu vides attīstīšanā piešķirtu prioritāti tieši sporta aspektam (Baade, Sundberg, 1996).

Savukārt Belfīlda (*Belfield*) un Beneja (*Beney*) pētījumā izvērtēts to Apvienotās Karalistes augstskolu absolventu devums, kuras piedāvā studentiem apgūt doktora studiju programmas. Pētnieki ņēma vērā atšķirības absolventu devīgumā, balstoties absolventu rakstura īpašībās, absolventu studiju sniegunā studiju laikā, mācību vides kvalitātē un filantropijas praktiķu centībā, aicinot absolventus ziedot. Šie parametri tika salīdzināti Apvienotajā Karalistē un ASV, un pētnieki konstatēja, ka tendence ziedot lielākas summas atkarīga no dzimuma, ienākumiem, ziedojuma vākšanas kampaņas veida un savulaik apgūtās studiju programmas. Abu valstu salīdzinājums ļāva secināt, ka absolventiem ir svarīgi ziedot un vairāk ziedotāju ir tajās grupās, kurās absolventi – bijušie studenti uzrādīja labākus studiju rezultātus. Pētījums arī pierādīja, ka biežāk ziedo sievietes, bez tam biežāk un vairāk ziedo tie absolventi, kuru ienākumi ir lielāki, jo īpaši juristi (Belfield, Beney, 2000).

Blumenfelds (*Blumenfeld*) un Sartēns (*Sartain*) savā pētījumā mēģinājuši prognozēt absolventu finansiālos ziedojumus vai atturēšanos ziedot, pamatojoties uz demogrāfisko informāciju, kas bijusi pieejama absolvēšanas laikā. Pētnieki secinājuši, ka tiem absolventiem, kuri absolvējuši vairākas studiju programmas, piemīt lielāka gatavība ziedot savai *alma mater*. Apstiprinājies, ka tieši uzņēmējdarbības studiju programmu absolventi ziedo lielākas naudas summas (Blumenfeld, Sartain, 1974).

Bristols (*Bristol*) norāda uz pieņēmumu, ka tie absolventi, kuri absolvējuši augstskolu senāk, ziedo labprātāk, regulāri un iespaidīgas summas. Pētnieks mēģinājis noskaidrot, kādi faktori ietekmē šo absolventu grupu, pētot datus saistībā ar 73 000 ziedojumiem, kas veikti 10 gadu periodā nelielai valsts dibinātai augstskolai. Pētnieks norāda, ka laikā, kad valsts dibinātās augstskolas atrodas pārejas posmā no valsts atbalstītām izglītības iestādēm uz tādām, kuras papildus valsts finansējumam piesaista ziedojumus no citiem avotiem, ir nozīmīgi meklēt atbalstu starp bijušajiem absolventiem. Turklāt tieši gados vecākie absolventi sasnieguši pietiekamu turību, lai savos testamentos visus īpašumus vai to daļu novēlētu savai augstskolai (Bristol, 1990).

Brūkss (*Brooks*) norāda, ka diezgan nozīmīga daļa aptaujāto norāda, ka neatceras, cik daudz ziedojuši iepriekšējā gadā. Pētījumā izmantoti dati no 2000. gada aptaujas “Social Capital Community Benchmark Survey”. Rezultāti liecina, ka politiski konservatīvos ziedotājus mudina ziedot reliģiskās piederība. Arī gados vecāki cilvēki ziedo vairāk un biežāk. Pētnieks norāda, ka absolventu izglītības līmenis ietekmē ziedojumu apjomu un skaitu, – jo augstāks absolvēto studiju līmenis, jo labāki ziedošanas rezultāti. Pētnieks atklājis, ka dzimumam nav saistības ar vēlmi ziedot. Pētījumā secināts, – jo cilvēki vecāki gados, jo lielāki un biežāki ir viņu ziedojumi, arī piederība kādai reliģiskai kopienai ir nozīmīgs faktors. Visbeidzot, lai vēlme ziedot pārvērstos faktiskā ziedojumā, būtiska nozīme ir ziedotāja turīgumam (Brooks, 2004).

Pētnieki Daimonds (*Diamond*) un Kašjaps (*Kashyap*) meklējuši atbildes uz virkni jautājumu: kā augstskolām sekmīgāk sadarboties ar absolventiem? Cik liela nozīme ir bagātīgas datu bāzes uzturēšanai par absolventiem? Tika uzrunāta absolventu grupu, kas absolvējuši augstskolu 6 gadu periodā. Absolventu grupas dalībnieki aizpildīja anketas, kurās tika mērīta psiholoģiskā uzvedība, faktori, kas nosaka vēlmi ziedot, faktori, kas ļauj noteikt individuālo pieķeršanos augstskolai. Daimonds un Kašjaps nonākuši pie secinājuma, ka tie absolventi, kuri studējuši ekonomikas programmās, ir atsaucīgāki, ziedojot savai augstskolai, jo šo absolventu ienākumi ir lielāki. Svarīgi faktori augstskolas attiecībās ar absolventiem ir absolventu asociācijas aktivitātes dinamika un regulāru absolventu salidojumu organizēšana. Augstskolu

datu bāzes uzturēšana un atjaunošana jāveic regulāri, datu kvalitāte ir neatsverams palīgs augstskolas attiecību uzturēšanā ar absolventiem (Diamond, Kashyap, 1997).

Hilljiguss (*Hillygus*) norāda, ka sociālie tīkli arvien biežāk tiek izmantoti, lai stimulētu absolventu vēlmi ziedot savai augstskolai. Lielāks skaits sociālo un humanitāro zinātņu studentu piedalās dažādās augstskolas rīkotās aktivitātēs, piemēram, sabiedriskajā darbā, diskusiju un debašu klubos. Tieši šīs aktivitātes nodrošina absolventu lojalitāti un līdz ar to – ziedojumu apjoma un skaita palielināšanos (Hillygus, 2005).

Hanters (*Hunter*), Džonss (*Jones*) un Bogers (*Boger*) secinājuši, ka absolventu ziedojumu apjomi un skaits atkarīgi no filantropijas praktiķu darba, kuri, uzrunājot absolventus, vispirms ņēmuši vērā šādus faktoros: vecumu un studentu iesaisti augstskolas dzīvē vēl studiju laikā (Hunter, Jones, Boger, 1999).

Marrs (*Marr*), Malins (*Mullin*) un Zigfrids (*Siegfried*) norāda, ka ziedošana augstskolām būtiski ietekmē augstskolu attīstību. Pētījumā analizēti dati par to, kā augstskolas piedāvātie aizdevumi vai granti – mecenātu stipendijas – palielina vai samazina ziedotāju skaitu un apjomu starp absolventiem. Pētījumā izmantoti 2822 absolventu dati. Secināts, ka tie absolventi, kas studiju laikā saņēmuši grantus (stipendijas), ziedo lielākas summas un dara to biežāk nekā tie absolventi, kuri studiju laikā šādu palīdzību nav saņēmuši (Marr, Mullin, Siegfried, 2005).

Savukārt Monksa (*Monks*) pētījumā aplūkotas individuālās cilvēciskās īpašības, kas ir saistītas ar absolventu devumu izmantojot datus no 28 augstskolām. Pētnieks mēģinājis identificēt to absolventu īpašības un pieredzi, kuri, visticamāk, ziedos savai *alma mater*. Īpašu uzmanību pievēršot absolventu individuālajiem motivācijas raksturlielumiem. Secināts, ka nozīmīgākais faktors, kas ietekmē absolventu ziedojumus, ir filantropijas praktiķu un absolventu personiskā komunikācija, kas ļauj piesaistīt arvien lielākus un biežākus ziedojumus augstskolām (Monks, 2003).

Okunade (*Okunade*) apskatījis augstskolu absolventu ziedošanas tendences atkarībā no studiju līmeņa, kādā bijušie studenti absolvējuši augstskolu. Pētnieks norāda, ka studiju līmenim ir nozīme saistībā ar vēlmi ziedot savai augstskolai, – jo vairāk augstskola ieguldījusi studiju procesa kvalitātē, jo lielāks ir ziedojumu skaits un apjoms. Viņš secina, ka lielāks ziedojumu skaits un apjoms novērojams starp absolventiem, kas pabeiguši augstāka līmeņa studijas. Pētījumā norādīts, ka tie ir augstskolu doktorantūras studiju absolventi (Okunade, 1996).

Absolventu motivācija ziedot ir atkarīga ne tikai no studiju vides kvalitātes, attiecībām ar administrāciju, bet arī no paša studenta sasniegumiem studijās un viņa dzīves kvalitātes, turības. Pētījumā apskatītas korelācijas starp studiju vides kvalitāti un studentu dzīves kvalitāti, kā arī iespējamās sakarības starp augstskolas administratīvajiem izdevumiem studiju vides kvalitātes nodrošināšanai un no absolventiem saņemtajiem ziedojumiem, to apjomu un skaitu. Kvalitātes mainīgie lielumi noteica pozitīvu ietekmi uz vidējo absolventu ziedojumu apjomu un skaitu. Studentu dzīves kvalitātei arī ir saistība ar ziedojumu apjomu un skaitu. Bāde (*Baade*). un Sundbergs (*Sundberg*) secina, ka augstskolas attīstības ambīcijas ir nozīmīgs faktors, lai absolventi ar savu ziedojumu apliecinātu ticību augstskolas attīstības plāniem (Baade, Sundberg, 1996.).

Analizējot 62 pētnieku darbus, šī pētījuma autore nonāca pie 10 atziņām, kas ļauj labāk izprast absolventu motivāciju un stimulus ziedot savai augstskolai. Šīs atziņas ir īpaši svarīgas darbam ar absolventiem. Pirmās četras prioritātes:

- studiju kvalitāte, kas rosina ar ziedojumiem to attīstīt;
- ziedot savu laiku brīvprātīgā darbā vai *pro bono*;
- esošo studentu informēšana par iespēju ziedot;
- atgriezeniskās saiknes nodrošināšana starp augstskolu un absolventiem.

Nākamās, bet ne mazāk svarīgas atziņas, kas ir nozīmīgas saistībā ar absolventu līdzdalības praksi:

- ziedošanas iespējas “graudā”;
- ziedošanas iespēja, kļūstot par mentoru;

- absolventi ir gandarīti par esošo sadarbību ar augstskolu;
- absolventi ziedo, jo augstskola lepojas ar veiksmes stāstiem un ziedotāji piedalās šajos sasniegumos;
- augstskolai ir saprotami un skaidri ziedošanas mērķi;
- studējot absolventi paši saņēmuši mecenātu atbalstu.

Balstoties uz promocijas darba autores līdzšinējo darbu un pētniecisko pieredzi, var secināt, ka Latvijas apstākļos darbs ar absolventiem un absolventu biedrībām universitāšu atbalstam ir pašā sākuma stadijā. Tomēr pasaules prakse liecina, ka absolventu iesaiste un līdzdalība ir kā veselīgas augstskolu vides, tā daudzveidīgu augstskolas finansējuma avotu priekšnosacījums.

Nākamā apakšnodaļa ieskicē būtiskus raksturlielumus, kas ņemami vērā darbā ar esošajiem un topošajiem mecenātiem.

#### **1.4. Esošo un potenciālo mecenātu motivācija ziedot, ziedošanu ietekmējošie faktori un īpašības/ *Motivation of current and potential donors, factors and characteristics impacting donation***

Šajā apakšnodaļā apskatīti ārējie līdzekļi, kuri sekmē ziedošanu, tostarp – nodokļu atlaides, dažādi faktori, kuri ietekmē ziedošanu, tai skaitā cilvēciski apsvērumi, socioloģiskie rādītāji, ieskaitot ienākumu līmeni, dzimumu un vecuma grupu lomas, kā arī, bez šaubām, ekonomikas izaugsme vai lejupslīde. Pēc autores apkopojuma šos līdzekļus var sadalīt grupās: ārējie līdzekļi:

- nodokļu atlaides;
- ekonomiskā situācija valstī (krīze/stabilitāte);
- svētku tuvošanas (piemēram, Ziemassvētku tuvošanas);
- uzticēšanas līmenis filantropijas organizācijām sabiedrībā/valstī (kopējais savstarpējais uzticēšanas līmenis);
- ziedotāju uzrunāšanas veids un formas.

iekšējie faktori:

- ziedotāju ienākumu līmenis un stabilitāte;
- demogrāfiskie rādītāji (dzimums, rase, utt);
- psihogrāfiskie kritēriji (vērtības, dzīvesveids, sociālais statuss);
- iesaistes līmenis filantropijas organizācijā/piedalīšanās brīvprātīgā darbā un attiecīgi uzticēšanas tai organizācijai.

Apakšnodaļā arī pievērsta uzmanība arī tāda tipa labdarībai, kad uzņēmumi veido savus fondus un ar to palīdzību gandrīz nepastarpināti īsteno uzņēmuma mērķus. Bez tam apakšnodaļā pieminēta arī sezonālās ietekmes uz mecenātismu, filantropijas sasaiste ar sociālo kapitālu un noslēgumā – ļoti svarīgs aspekts, kas balstīts kā mecenātu motivācijā, tā personiskajās īpašībās – saruna ar mecenātu un tās formas (tīmeklis, rakstveida un tiešā saruna).

Pētnieki Pelosa (*Pelosa*) un Stīls (*Steel*) norāda, ka nodokļu atlaižu piemērošana atzīta par labu motīvu mecenātu ziedojumiem filantropijas organizācijām. Pētījumā “The Price Elasticities of Charitable Contributions: A Meta-Analysis” ziedojumi tiek aplūkoti kā pirkumi, ko veic patērētāji – filantropijas organizācijas. Apskatīta arī nodokļu atlaižu piemērošanas (t.i., ziedošanas cenas) izmaiņu ietekme uz ziedojumiem. Analīze ietver aptuveni četrus gadu desmitus ilgas aplēses par ziedojumu cenu elastību. Abi pētnieki apsprieduši šo ietekmi ar politikas veidotājiem un filantropijas organizāciju administrāciju pārstāvjiem. Nodokļu piemērošanas izmaiņu ietekme ir viena no visplašāk pētītajām jomām filantropijas procesu analīzē. Pētnieki secina, ka nodokļu atlaižu piemērošana nozīmīgi ietekmē vēlmi ziedot. ASV pētnieku iegūtie rezultāti apstiprina hipotēzi, ka nodokļu atlaižu piemērošana ir izdevīga valsts



kasei, – t.i., ja ziedošanas izmaksas samazinās par vienu dolāru, sagaidāms, ka indivīds ziedos labdarībai vairāk nekā vienu dolāru. Pētījuma autori norāda, ka valsts un pašvaldību organizācijām būtu jādeleģē sabiedrisko pakalpojumu sniegšanas funkcijas filantropijas organizācijām (Peloza, Steel, 2005). Autore piekrīt, ka nodokļu atlaižu piemērošana ir efektīvs filantropijas procesu attīstības veicināšanas līdzeklis. Autore uzskata, ka atsevišķas sabiedrisko pakalpojumu funkcijas būtu jādeleģē filantropijas organizācijām tādēļ, ka tām piemīt lielāka spēja nodrošināt kvalitāti, turklāt šis kvalitātes uzlabojums ir izmērāms. Jo prestižāka, administratīvajos procesos precīzāka un caurredzamāka ir filantropijas organizācija, jo vairāk ziedojumu tā var piesaistīt.

Rīss (*Reece*) un Zieshangs (*Zieschang*) norāda, ka ziedotājiem pieejamas nodokļu atlaides ir nozīmīgs faktors, lai lemtu par labu ziedojumam. Pētījuma dati gada garumā liecina par sekmīgu nodokļu atlaižu pielietošanu, motivējot ziedot filantropijas organizācijām (Reece, Zieschang, 1985).

Pellevs (*Pellew*) un Goldmans (*Goldman*), pamatojoties uz daudzveidīgo pieredzi ziedojumu vākšanā, apskata šādus jautājumus: cik lielā mērā būtu rūpīgi jāpārbauda un jānosaka ziedojumu izcelsme? Kādi ir mecenātu motīvi un ko tie sagaida? Vai un cik lielā mērā var ietekmēt mecenātus lēmuma pieņemšanā par ziedojuma mērķi un tā izlietojumu? Vai filantropijas organizācijas ierobežo kādi apstākļi, struktūras? Attiecībā uz ziedojumu izcelsmi, valdības finansējums ir salīdzinoši drošs avots, jo to veido nodokļu maksātāju nauda, kuras izcelsme ir izsekojama (Pellew, Goldman, 2018). Lielbritānijas augstskolām, līdzīgi kā Latvijā, ļauts apvienot valsts subsīdijas un mecenātu ziedojumus. Pastāv prakse, ka mecenātu vārdos tiek dēvētas auditorijas, kā arī pašas augstākās mācību iestādes, piemēram, Aberdīnas Roberta Gordona universitāte (*Aberdeen's Robert Gordon University*) vai Liverpūles Džona Mūra universitāte (*Liverpool John Moores University*) (no 1992. gada pārdēvēta), kā arī augstskolu iestādes, piemēram, Oksfordas Universitātes Ņūfilda, Kelloga un Vulfsona koledžas (*Oxford University Nuffield, Kellogg and Wolfson Colleges*). Atbildot uz otro jautājumu par mecenātu motīviem un cerībām, pētnieki norāda, – tāpat kā jebkurai cilvēka darbībai, arī filantropijas laukā motīvi ir daudzskaitlīgi un dažādi. Tie var ietvert vēlmi veicināt konkrēta mērķa sasniegšanu, kurā ir interesēts mecenāts, vai izārstēt slimību, no kuras cietuši mecenāti vai viņu tuvinieki. Attiecībā uz infrastruktūras uzlabošanas projektiem, mecenāti var izjust gandarījumu, pieliekot plaukstu sienai, kuras būvēšanai viņi ziedojuši, un sakot: “tas ir mūsu gabaliņš”. Svarīgi, lai ziedojums radītu prieku un gandarījumu, – tad augstskolu vajadzību projekti drīzāk atrastu dzirdīgas ausis. Projekti var būt dažādi, piemēram, ziedojot 1 miljonu mārciņu, mecenāta vārdā tiek nosaukts lekciju kurss, vai ziedojot 500 000 mārciņas, mecenāta vārdā var tikt nosaukta auditorija. Nākamais jautājums skar mecenāta iespējas lemt par konkrētu atbalstītā projekta izpildījumu. Piemēram, infrastruktūras projektu realizācija šādā gadījumā būtu jānosaka ar mecenātu. Augstskolas parasti izstrādājušas detalizētus ēku plānus vēl pirms ziedojumu vākšanas sākuma. Šie plāni parasti atspoguļo augstskolas gaumi, vērtības un saturu. No otras puses, mecenāti varētu nevēlēties, lai viņu vārdi saistītos ar ēkām, kuras, viņuprāt, nav estētiskas vai rada citādus iebildumus. Jāsaprot, – ja ēka tiek būvēta par ziedoto naudu, jāplāno ēkas uzturēšanas izdevumi no augstskolas puses. Infrastruktūras projekti ir labs piemērs, kas ļauj saprast kompromisa veidošanas procesu starp mecenāta vēlmi atbalstīt sev patīkamu projektu un augstskolas vēlmi īstenot konkrētu infrastruktūras ieceri. Pat tad, ja infrastruktūras objekts, piemēram, ēka tiek pilnībā uzcelta par mecenāta līdzekļiem, tās uzturēšanai tik un tā būs nepieciešami augstskolas līdzekļi. Tādējādi estētika, funkcionalitāte, gaumes atšķirības tomēr pakļaujas virsmērķim – atbalstīt augstskolu un tās pārstāvētās vērtības. Visbeidzot, Pellevs un Goldmans arī norāda, ka pastāv diezgan izplatīta parādība, kad mecenāti izveido filantropijas organizāciju, lai baudītu tādas priekšrocības kā nodokļu atvieglojumi (Pellew, Goldman, 2018). Autore piekrīt, ka, saņemot ziedojumus infrastruktūras projektiem, augstskolai jābūt gatavai šo jaunradīto īpašumu pienācīgi uzturēt. Autore vēlas uzsvērt, ka te jāievēro atbildības princips par ziedojuma ilgtspēju. Augstskolām būtu jāizvairās no tādām filantropijas organizācijām, kas dibinātas, lai saņemtu nodokļu atlaides. Sakari ar šādām

organizācijām varētu devalvēt augstskolas un tās filantropijas organizācijas reputāciju.

Apinunmahakuls (*Apinunmahakul*) un Devlins (*Devlin*) secinājuši, ka pēdējās desmitgadēs strauji pieaudzis labdarības spēļu (loterijas, izsoles) skaits. Konstatēts arī, ka šī parādība varētu mazināt tradicionālos ziedojumus filantropijas organizācijām. Pētījumā izmantota bagātīgu datu kopa no Kanādas, lai pārbaudītu saistību starp tiešiem ziedojumiem, kas veikti kā iemaksas filantropijas organizācijām un tiem ziedojumiem, kas veikti netieši, ar labdarības spēļu starpniecību. Abi pētnieki uzskata, ka ziedotāji uzskata šos divus ziedošanas veidus par tādiem, kas viens otru var papildināt. Tā vietā, lai izraisītu tradicionālo ziedojumu samazināšanos, ziedojumi ar labdarības loteriju starpniecību varētu tos papildināt. Pētījuma unikalitāte ir tā, ka līdz šim neviens nav empīriski pārbaudījis saistību starp ziedojumiem filantropijas organizācijām tradicionālā veidā, izmantojot nodokļu atlaides par veiktajiem ziedojumiem, un netiešiem ziedojumiem ar labdarības loteriju palīdzību. Tas, ka ziedotāji var ziedot filantropijas organizācijām (un tādējādi arī sabiedriskajam labumam) šajos divos veidos, liecina, ka abas ziedošanas metodes var tikt savstarpēji saistītas un pastāvēt paralēli, viena otru papildinot. Jaunas un bagātīgas datu kopas pieejamība ļauj pētniekiem noteikt saistību starp tiešu un netiešu ziedošanu filantropijas organizācijām. Turklāt indivīdi uzskata, ka šīs labdarības metodes papildina viena otru. Jāpieliek lielākas pūles, lai nodokļu politiku varētu uzskatīt par instrumentu ne tikai ziedojumu apjoma un veikto ziedojumu skaita ietekmēšanai, bet arī labdarības spēļu, piemēram, loteriju, izložu kā ziedošanas veida kultivēšanā. Tas arī nozīmē, ka nodokļu politikas kopējā ietekme uz ziedojumiem filantropijas organizācijām var būt lielāka, nekā konstatēts iepriekš (Apinunmahakul, Devlin, 2004).

Millers (*Miller*) izvērtējis ASV pastāvošo nodokļu politiku un iesaka veikt virkni izmaiņu ar mērķi samazināt to organizāciju skaitu, kuras var ziedotājiem piedāvāt nodokļu atlaides un atbilst kādam no 70 kritērijiem sabiedriskā labuma statusa saņemšanai (Miller, 2014). Pirmkārt, sabiedriskā labuma statusu zaudētu visas organizācijas, kas nav labdarības organizācijas un konkurē ar komercuzņēmumiem, piemēram, studentu un studenšu korporācijas, organizācijas, kas nodrošina apdrošināšanu. Arī biznesa līgām, tirdzniecības kamerām, profesionālajām golfa asociācijām un nacionālajām futbola līgām būtu liegts saņemt sabiedriskā labuma statusu. Lielākā daļa citu organizāciju, kurām ir sabiedriskā labuma statuss, tiktu pārceltas uz vienu no piecām kategorijām: ASV valdības organizācijas, labdarība, sociālā labklājība, sociālie klubi, bet plašāk norādīti kā savstarpējo pabalstu organizācijas un pensionēšanas plānu apsaimniekotāji. Pētnieks ierosinājis, ka dažas ļoti lielas valsts labdarības organizācijas, kurām piešķirtas nesamērīgi lielas priekšrocības, būtu aplikamas ar nodokli, kas maksājams no šo organizāciju neaizskaramā pamatkapitāla ienākumiem, ciktāl ienākumi netiek tieši izmantoti labdarības mērķiem. Tās organizācijas, kas iesaistās ievērojamās lobēšanas vai ziedojumu vākšanas kampaņās, tiktu apliktas ar nodokli no visiem tās neaizskaramo pamatkapitāla ieguldījumu ienākumiem. Pētnieks formulējis divas būtiskas izmaiņas attiekmē pret ziedotājiem: jebkuru īpašuma ziedojumu organizācijai, kurai nav sabiedriskā labuma statusa, uzskatītu par šī īpašuma pārdošanu. Jebkurš ziedojums organizācijai, kurai nav sabiedriskā labuma statusa un kura iesaistās nozīmīgā lobēšanas vai ziedojumu vākšanas kampaņā, neatklājot ziedotāja vārdu, tiktu uzskatīts par dāvanu, kas aplikama ar nodokli (Miller, 2014). Autore piekrīt, ka pārāk liels skaits kritēriju, kas paredz sabiedriskā labuma statusa piešķiršanas labdarības organizācijām, paplašina to organizāciju loku, kas būtībā neatbilst filantropijas definīcijai: "filantropija ir vēlme veicināt cilvēku labklājību ar dāsniem ziedojumiem labiem mērķiem". Filantropijas organizācijām būtu jāpieņem nesavtīgi ziedojumi, kas nav vērsti uz organizācijas biedru labumu.

Motivāciju ziedot iespējams labi izvērtēt caur statistikas prizmu. Andreoni (*Andreoni*) veiktā "Charitable giving" pētījuma mērķis bija apkopot un salīdzināt ziedojumu apjomus no privātpersonām un uzņēmumiem, testamentāro novēlējumu dinamiku ASV. Pētītas tika arī tendences nekustamā īpašuma nodokļa samazināšanas ietekmei, ja testaments par labu kādai augstskolai tiek sastādīts, mecenātam vēl dzīvam esot. Pētnieks konstatēja, ka ziedojumu veidu tendences mainās. Privātpersonu ziedojumu apmērs no 1970. līdz 1990. gadam veidoja 80% no

kopējās ziedojumu masas, savukārt 2012. gadā tas veidoja tikai aptuveni 72%. Testamentārie novēlējumi, kas 1970. gadā sasniedza aptuveni 12%, līdz 2010. gadam bija samazinājušies līdz 8%. Uzņēmumu ziedojumu apmērs saglabājās nemainīgs, apmēram 2% no visas ziedojumu masas. Ziedošana, izmantojot testamentārus novēlējumus varēja pieaugt nodokļu dēļ – nekustamā īpašuma nodokļu atlaides deva iespēju cilvēkiem ziedot dzīves laikā, saņemot nodokļu atlaides, tādējādi palielinot ienākumus. Pētnieks secina, ka dažādu nodokļu atlaižu piemērošana ir noderīgs rīks, lai piesaistītu ziedojumus. Svarīgs un noderīgs secinājums, ko sniedz šis pētījums – ziedojumu piesaiste ir būtiska, lai izprastu stratēģiskās attiecības starp labdarības organizāciju un tās ziedotājiem. Šo attiecību kvalitāte skaidrāk varētu palīdzēt gan labdarības organizācijām, gan politikas veidotājiem (Andreoni, 2013). Autore piekrīt, ka testamentāriem novēlējumiem ir ilgtermiņa nozīme labdarības organizāciju attīstībā. Ja testamentārais novēlējums tiek noformēts kā neaizskaramais pamatkapitāls, tad dažādu iniciatīvu atbalstīšana no peļņas, kas gūta no neaizskaramā pamatkapitāla, uzskatāma par veiksmīgu risinājumu.

Nodokļu atlaižu politikai ir nozīmīga loma ziedojumu piesaistē. Hals (*Hall*) min piemēru par nodokļu atlaides politikas ietekmi ASV – 1942. gada progresīvais ienākumu nodoklis, kuram tika piemērota nodokļu atlaide par ziedojumiem, palielināja nevalstisko organizāciju skaitu, kas nodarbojās ar ziedojumu piesaisti. Ja pirms Otrā pasaules kara dažas labdarības organizācijas varēja nodrošināt ziedotājiem nodokļu atlaides, kas tika piešķirtas saskaņā ar ASV Ieņēmumu dienesta atļaujām, tad pēc kara, mainoties nodokļu atlaižu piemērošanas algoritmam, nevalstisko organizāciju skaits, kas nodrošināja ziedotājiem nodokļu atlaides, pieauga no 12 000 organizācijām 1940. gadā līdz 600 000 organizācijām 1970. gadā (Hall, 2003). Autore apstiprina, ka nodokļu atlaidēm ir svarīga loma ziedojumu piesaistē. Nodokļu atlaižu politikai jābūt pārdomātai valsts politikai privātpersonu un uzņēmumu ziedojumu novirzīšanai tiem mērķiem, kuriem valsts nav prioritātes novirzīt nodokļu maksātāju naudu.

Ziedošanas portālos tiek publicēta informācija par filantropijas organizācijai piešķirto sabiedriskā labuma statusu, kas papildus motivē ziedot un saņemt nodokļu atlaides. Nodokļu atlaides tiek piemērotas kā privātpersonām, tā uzņēmumiem. Salīdzinot trīs Baltijas valstu nodokļu atlaižu politiku var secināt, ka Igaunijā ziedotājiem pastāv vislabvēlīgākie nosacījumi – tiek piešķirtas nodokļu atlaides privātpersonām – gan rezidentiem, gan nerezidentiem, kā arī uzņēmumiem – gan Igaunijā, gan citās valstīs reģistrētiem. Tas atvieglo filantropijas organizāciju darbu, jo nav jādibina un jāuztur filantropijas organizācijas citās valstīs, lai trimdas tautieši, kas ir citu valstu pilsoņi, ziedojot varētu saņemt nodokļu atlaides.

Latvijā nodokļu atlaides par ziedojumiem var saņemt tikai rezidenti un Latvijā reģistrēti uzņēmumi. Tādēļ, lai Latvijas organizācijas varētu piesaistīt atbalstu no ārvalstu ziedotājiem, citās pasaules valstīs tiek dibinātas jaunas filantropijas organizācijas, kuras garantē saviem ziedotājiem nodokļu atlaides attiecīgajā valstī. Šādas masu organizācijas pasaulē atbalsta Latvijas filantropijas organizāciju projektus. Piemēram, Latvijas Nacionālās Operas ģilde atbalsta Latvijas Nacionālo Operu un baletu, Okupācijas muzeja atbalsta fonds atbalsta Okupācijas muzeja darbību, savukārt Latvijas Universitātes draugi fonds atbalsta LU fonda projektus un dažādu Latvijas universitāšu studentu studijas.

Drezners (*Drezner*) norāda, ka filantropijas organizācijām savlaicīgi jāgatavojas situācijai, kad varētu mainīties nodokļu atlaižu piešķiršanas politika. Pētījumā par recesiju un nodokļu samazināšanas ietekmi uz individuālajiem ziedotājiem augstākajai izglītībai secināts, ka nodokļu izmaiņas ASV 1986. un 2001. gados samazināja ziedojumu apjomus un skaitu. Pētnieks secina, ka filantropijas ietekme uz augstāko izglītību bijusi milzīga. Gadījumos, kad ārkārtīgi palielinās studenta izglītošanas izmaksas un samazinās valsts atbalsts augstākajai izglītībai, ziedojumiem, kurus saņem augstskolas, ir nozīmīga loma kā īstermiņā, tā ilgtermiņā. Ilgtermiņā liela nozīme ir neaizskaramo pamatkapitālu veidošanai (Drezner, 2006).

Džaiobu (*Jiobu*) un Noulzs (*Knowles*) secinājuši, ka atsevišķu svētku tuvošanās rosina cilvēkus ziedot noteiktām filantropijas organizācijām. Piemēram, Ziemassvētki amerikāņus rosina ziedot Pestīšanas armijai. Ziemassvētki kā gaišuma, mīlestības un žēlsirdības svētki

modina esošajos un potenciālos ziedotājos līdzjutību, savukārt filantropijas organizācijas šajos svētkos to uzsver un mērķtiecīgi aicina ziedot kādam labdarības projektam (Jiobu, Knowles, 1974). Šī pētījuma autore vēlas norādīt, ka šobrīd nav plašāku datu par to, kā svētki ietekmē universitāšu iespējas piesaistīt papildu finansējumu ziedojumu veidā. Līdz šim neizpētīts resurss ir svētku akcijas ar mērķi vākt ziedojumus stipendijām, kas piešķiramas mazturīgajiem studentiem.

Džonss (*Jones*) un Posnets (*Posnet*) izvērtējuši mājsaimniecību vēlmi ziedot, ņemot vērā aptauju par Apvienotās Karalistes mājsaimniecību izdevumiem. Rezultāti liecināja, ka ziedojumu lielumu un skaitu nosaka ienākumu līmenis mājsaimniecībās. Abi pētnieki novēroja, ka ziedotājiem ir svarīgas filantropijas organizāciju piedāvātās nodokļu atlaides (Jones, Posnett, 1991).

Ziedošanas tendences arī apskatītas, izmantojot demogrāfiskos rādītājus, pašreizējo un pastāvīgo ienākumu līmeni saistībā ar ziedojumu skaitu un apjomu dažādām filantropijas organizācijām. Līdzīgi tiem pētījumiem, kuri apskatīti šīs apakšnodaļas sākumā, arī šī pētījuma rezultāti norādīja uz valdības lomu, nosakot nodokļu atlaides ziedotājiem, kā arī apliecināja, ka ziedojumu apjomi un skaits saistīti ar ziedotāju ienākumu līmeni un šo ienākumu stabilitāti (McClelland, Kokoski, 1994).

Atbildot uz jautājumu, vai devīgāki ir vīrieši vai sievietes, veicot pētījumu 31 gada garumā kādā nelielā mākslas koledžā pētnieki secināja, ka sievietes ir devīgākas ziedotājas nekā vīrieši. Izmantotie kritēriji bija dzimums, vecums, tautība un ienākumu līmenis. Dvoraks (*Dvorak*) un Toubmans (*Toubman*) noskaidroja, ka sievietes ne vien ir devīgākas, bet arī ziedo biežāk nekā vīrieši. Tieši sievietes biežāk veido tieši ilgtermiņa attiecības, šajā gadījumā – ziedojot nelielas summas, bet biežāk. Sievietes ziedo ne tikai nelielākas summas, bet arī vairākiem mērķiem, vairākām labdarības organizācijām. Vīrieši ziedo retāk, bet ievērojami lielākas summas, iespējams, tiecoties tikt pamanīti, saņemt atzinību un uzmanību. Ziedojumu piesaistē būtu jāņem vērā šie faktori, veidojot ziedojumu piesaistes stratēģijas. Piemēram, šie pētījuma rezultāti norāda, ka ikgadējos ziedojumus kādam konkrētam mērķim labāk aicināt veikt sievietes. Toties vīriešus vēlams aicināt ziedot kādai “īpašai kampaņai”, kas ziedojumu padarītu unikālāku un nozīmīgāku (Dvorak, Toubman, 2013).

Zeiferts (*Seifert*), Moriss (*Morris*) un Bartkuss (*Bartkus*) analizē tieši finansiālo datu korelācijas saistībā ar korporatīvajiem ziedotājiem. Pētījumā “Comparing Big Givers and Small Givers: financial Correlates of Corporate Philanthropy” izvirzītas divas hipotēzes. Pirmā ir šāda: “Ziedojumu apjoms no uzņēmumiem atkarīgs no iespējamajiem brīvajiem finansiālajiem resursiem”. Pētnieki secina, ka tie uzņēmumi, kuru attīstības stratēģijās paredzētas arī ziedojumu piešķiršanas vadlīnijas, īsteno daudz pārdomātāku finanšu plūsmas politiku. Šo pieeju pētnieki dēvē par “stratēģisko filantropiju”. Otrā hipotēze apgalvo: “pastāv pozitīva saistība starp korporatīvo filantropiju un uzņēmuma finansiālo veiktspēju.” Pētnieki secina, ka “aģentūras teorija” vislabāk apliecina to, ka tieši uzņēmumu vadītāji ir ieinteresētāki ziedojumu veikšanā, jo tādējādi tie stiprina savu sociālā labdara tēlu sabiedrībā. Pētnieki arī norāda, ka uzņēmumu akcionāri ziedojumus uztver kā zaudējumu, dividenžu daļu samazināšanos (Seifert, Morris, Bartkus, 2003). Šī pētījuma autore piekrīt, ka ziedojumu apjoms ir atkarīgs no uzņēmuma brīvajiem, plānotajiem finanšu līdzekļiem. Tomēr promocijas darba autore iebilst pētnieku apgalvojumam, ka uzņēmumu akcionāri nav ieinteresēti ziedojumu veikšanā. Autores novērojumi ikdienas darbā ar finanšu piesaisti augstskolas projektiem liecina, ka arī uzņēmumu akcionāri ir ieinteresēti sava tēla spodrināšanā sabiedrībā. Autore izpētījusi, ka uzņēmumu akcionāri, kas paši ir arī uzņēmumu vadītāji, labprāt lepojas ar mecenātu statusu. Turklāt šī ir lieliska iespēja celt pašapziņu uzņēmumu darbiniekiem, kas tieši ar savu ikdienas darbu veicinājuši uzņēmuma iespēju piedalīties ziedošanā, tādējādi netieši arī paši var justies kā mecenāti.

Pētījumā “A Case Study for a Successful Donor-Nonprofit Relationship” apskatīta divu veidu filantropijas organizāciju darbība: (1) neadministrējošie fondi, kas paši ziedojumus neadministrē – nesadala tālāk labuma guvējiem vai projektiem, bet grantu veidā nodod tālāk

citām labdarības organizācijām, savukārt (2) administrējošie fondi, kuri saņem dažādus ziedojumus un patstāvīgi administrē tos, nepastarpināti piešķirot tos labuma saņēmējiem saskaņā ar noteiktiem kritērijiem. Neadministrējošos fondus dibinājuši paši mecenāti, kuri ieguldījuši savā fondā naudu un bieži vien aicina ziedot fondam arī draugus un ģimenes locekļus. Šādi fondi parasti darbojas plašākā ģeogrāfiskā mērogā. Pētījumā apskatīta sadarbība starp ziedojumus administrējošo fondu, kas atrodas t.s. “mezanīna līmenī” – tēlaini izsakoties, starpstāvā, laukumīnā pirms kāpnēm uz augšu, un ziedojumus neadministrējošo fondu ar daudzu gadu pieredzi. Kūkss (*Cooks*) un Sokolics (*Sokolic*) norādījuši, ka šai sadarbībai piemita slēgto durvju princips. Neadministrējošais fonds no administrējošā fonda sagaidīja pilotprojekta izpildījumu ar dokumentētiem rezultātiem un izstrādājusi rakstisku plānu nākotnes attīstībai. Tikai pēc šādas sagatavošanās, attiecības starp fondiem varētu pāriet jaunā līmenī, kad administrējošais fonds būtu pierādījis spēju administrēt ziedojumus un guvis neadministrējošā fonda uzticību (*Cooks, Sokolic, 2009*). Autore piekrīt, ka caurspīdīgums ziedojumu administrēšanā ir viens no būtiskākajiem pīlāriem, kas balsta un stiprina uzticēšanos starp ziedotāju un filantropijas organizāciju. “Mezanīna līmeņa fondu” administratīvās kapacitātes pārbaude nepieciešama, lai vēlāk, sadarbībai starp administrējošiem fondiem un neadministrējošiem fondiem paplašinoties, gūtu zināmu garantiju, ka šī sadarbība būs kvalitatīva.

Pētījumā “The CEO’s Influence on Corporate Foundation Giving” izteikts apgalvojums, ka uzņēmumu vadītājiem – ziedotājiem var būt pārmērīga ietekme uz šī uzņēmuma fonda pilnvarotajiem – administrāciju. No vienas puses, šāda ietekme palīdz piekļūt noteiktām citu ziedotāju aprindām, no otras puses, ietekmes rezultātā varētu tikt atbalstīti administrācijas personīgie mērķi. Šie ziedojumi tādējādi kalpotu pašu uzņēmēju personiskajām interesēm, neņemot vērā korporatīvās intereses vai sociālās vajadzības. *Verbels (Werbel)* un *Kārteris (Carter)* pārbaudījuši, cik lielā mērā vērojams, ka uzņēmumu vadītāji virza ziedojumus saskaņā ar savām personiskajām interesēm, un vai ar filantropijas organizācijas izpilddirektora līdzdalību fonda valdē, lai piepildītu personīgajās intereses. Pētot datus par 160 filantropijas organizāciju izlasi, rezultāti apstiprināja, ka uzņēmumu vadītāju intereses, vērtējot pēc dalības dažādās filantropijas organizācijās, bija saistītas ar ziedošanu filantropijas organizācijām labdarības mērķiem. Redzams, cik svarīga ir pašu uzņēmēju – ziedotāju klātbūtne filantropijas organizācijas valdē, lai varētu sekot filantropijas organizācijas administratīvajai darbībai saskaņā ar izvirzītajiem mērķiem (*Werbel, Carter, 2002*). Autore piekrīt, ka uzņēmumu vadītāji – ziedotāji laiku pa laikam atbalsta filantropijas mērķus, kuri sākotnēji nav tikuši iekļauti filantropijas organizāciju dienaskārtībā, taču šo mērķu izvēle ir uzņēmuma vadītāju – ziedotāju personisko interešu virzīta. Tas, no vienas puses, nebūtu pieļaujami, tomēr, no otras puses, pastāv gadījumi, kad šī dilemma risināma, paplašinot filantropijas organizāciju labdarības mērķus. Tādējādi nerastos apdraudējums filantropijas organizācijas sabiedriskā labuma statusam un iespējai piedāvāt ziedotājiem nodokļu atlaides.

Analizējot teoriju par sociālo atbildību, *Kempbels (Campbell)* piedāvā ņemt vērā vairākus aspektus, kas saistīti ar mecenātu – uzņēmumu akcionāru, piemēram, vēlmi ar ziedojumiem panākt, lai šāds mecenāts tiktu saistīts ar sociāli atbildīgu rīcību. Attiecības starp ekonomisko situāciju un uzņēmumu uzvedību nosaka vairāki normatīvie akti: tie ir nevalstisko organizāciju un uzņēmumu darbību reglamentējošie normatīvie akti, kuru prasības īsteno dažādas pārraudzības institūcijas, kas uzrauga uzņēmumu uzvedību. Dažādi institucionalizēti noteikumi paredz uzņēmumu uzvedības normas, kuras jāievēro kā attiecībās starp pašiem uzņēmumiem, tā mijiedarbībā ar iesaistītajām pusēm. Tas nozīmē, ka apstākļos, kad uzņēmumi ir atkarīgi no ekonomiskās situācijas, konkurences līmeņa, grūti pieļaut varbūtību, ka uzņēmumi varētu rīkoties sociāli atbildīgi (*Campbell, 2007*).

*Nubers (Nuber)* norāda, ka privātpersonas – ziedotāji kļuvuši aktīvāki un šie ziedojumi veido samērā lielu daļu nevalstisko organizāciju atbalsta avotu. Lielākā daļa uzskata psihogrāfiskos kritērijus, kā piemēram, uzskati, vērtības, dzīvesveids, sociālais statuss, viedokļi un aktivitātes, par pamatu mecenātu segmentācijai un potenciālās mērķauditorijas – ziedotāju

– atlasei. Tomēr mārketinga praksē filantropijas organizācijas bieži aprobežojas ar sociāli demogrāfiskiem datiem par savām mērķa grupām – esošajiem un potenciālajiem mecenātiem. Pētnieks ierosina sociāli demogrāfiskos raksturlielumus savietot ar uzvedības aspektiem. Tas veidotu visaptverošāku redzējumu, ļaujot apskatīt efektīvus kritērijus iespējamai mecenātu segmentācijai. Pēc Austrijas mecenātus raksturojošo datu apkopošanas pētnieki noskaidroja, kuras personas (raugoties pēc vecuma, dzimuma un sociālās šķiras) ziedo noteiktas summas, cik bieži, kādām organizācijām un kādos veidos. Pārskatot datus un statistiskos rezultātus, pētnieki izvirzīja trīs pamatnosacījumus, saskaņā ar kuriem indivīdi ir īpaši labvēlīgi noskaņoti pret ziedošanu: 1) ja sabiedriskā labuma mērķis saistīts ar indivīdu interesējošu jomu; 2) ja persona varētu gūt labumu no sabiedriskā labuma organizācijas pakalpojumiem; 3) ja ziedojumu veikt ir viegli un tas neprasa pārāk daudz pūļu. Šie nosacījumi piedāvāti kā raksturlielumi konkrētu ziedotāju segmentu atlasei, ļaujot filantropijas organizācijām efektīvāk piesaistīt ziedojumus, šim nolūkam izmantojot viegli iegūstamus sociāldemogrāfiskos datus. Pētnieks novēroja, ka vecāka gadagājuma cilvēki ar brīvprātīgu darbu visbiežāk atbalsta sociālos pakalpojumus, veselības aprūpi un neatliekamo palīdzību. Vecāka gadagājuma cilvēki mēdz izvēlēties atbalstīt šādus pakalpojumus biežāk nekā jaunāki cilvēki, paredzot, ka pakalpojumi, kurus viņi sniedz kā brīvprātīgie, drīzumā būs nepieciešami viņiem pašiem. Tāpēc viņi vairāk ieinteresēti atbalstīt filantropijas organizācijas, kuru darbs veltīts šīm jomām. Mazāk izglītoti indivīdi izvēlas ziedot veselības aprūpei un neatliekamajai palīdzībai. Var pieņemt, ka šī grupa, tāpat kā iepriekš minētie gados vecākie cilvēki, visticamāk, biežāk gūs labumu no šīm filantropijas organizācijām nekā cilvēki ar augstāko izglītību, kuri var atļauties apdrošināšanu vai maksas pakalpojumus. Pētnieks secina, ka tieksme ziedot konkrētai filantropijas organizācijai palielinās līdz ar iespēju gūt labumu no šīs filantropijas organizācijas pakalpojumiem. Jaunāki cilvēki izvēlas ziedot asinis, savukārt gados vecāki iedzīvotāji biežāk veic orgānu ziedojumus. Intuitīvi šādi lēmumi šķiet saprātīgi, jo asins ziedošanai nepieciešams labāks veselības stāvoklis, lai spētu izturēt ar to saistīto fizisko un psiholoģisko slodzi. Savukārt vecāki cilvēki bieži vēlas dzīvē “izdarīt kaut ko labu” un varētu cerēt uz mūžīgu piemiņu, sniedzot atļauju orgānus izmantot cilvēkiem, kuriem tie nepieciešami, lai izdzīvotu (Nuber, 2002). Jaunākiem cilvēkiem nāve var šķist pārāk tāla, lai sāktu domāt par orgānu ziedošanu. Cits pētījums parādīja, ka gados vecāki cilvēki mēdza ziedot biežāk, ja viņus uzrunāja tieši, piemēram, baznīcā, uz ielas vai ar tiešo pasta sūtījumu palīdzību (Srnska, Grohs, Eckler, 2003).

Benkss (*Banks*) un Taners (*Tanner*) analizējuši datus par mājsaimniecību iesaistīšanos labdarībā ar ziedojumiem par laika periodu no 1979. līdz 1993. gadam un pētījuši ziedošanas tendences pēc vairākiem kritērijiem, tostarp mājsaimniecību ienākuma apjoms norādītajā laika periodā, regulāru ziedojumu veikšanas, kā arī ziedotāju vecums. Pētnieki secinājuši, ka ziedotāju skaits ir vismazākais starp gados jaunākiem cilvēkiem un nabadzīgākajām mājsaimniecībām. Benkss un Tanners uzskata, ka nespēja iegādāties dzīvojamo platību īpašumā, tā vietā irējot mājokli, norāda uz ziedošanas apmēra un ziedojumu skaita samazināšanos. To apstiprina dati, ka Lielbritānijas iedzīvotāju īpatsvars, kuri dzīvo privātos īrētos mājokļos, dažu gadu laikā vairāk nekā divkāršojās – no 8% deviņdesmito gadu vidū līdz 19% deviņdesmito gadu beigās. Filantropijas praktiķiem šie apstākļi jāņem vērā, gatavojot aicinājumus ziedot, piemēram, ne tik turīgiem potenciālajiem ziedotājiem būtu jāvaicā ziedojumu apmērs, ko viņi varētu atļauties (Banks, Tanner, 1999).

Attiecības ar mecenātiem ir nozīmīgs aspekts ziedojumu piesaistē. Pētījumā “Developing Donor Relationships: The Role of the Breadth of Giving” ierosināts mehānisms, lai attīstītu ilgtermiņa attiecības ar mecenātiem. Tas ir liels izaicinājums nevalstisko organizāciju vidē. Pētnieki piedāvā metriku, kas ļauj mērīt ziedojumu dažādību un atspoguļo ziedotāja ziedošanas pieredzi ilgtermiņā saistībā ar noteiktu nevalstisko organizāciju, kas, savukārt, sadala ziedojumus noteiktiem mērķiem, par kuriem notikusi vienošanās ar mecenātu. Izmantojot datus par ziedojumiem lielai ASV publiskajai universitātei 20 gadu periodā, pētnieki atklāj, ka iespēja ziedot daudzveidīgiem projektiem palielina iespējamību, ka ziedotājs veiks ziedojumu, ziedojuma summa palielināsies un samazināsies negatīvu makroekonomisku satricinājumu

ietekme uz ziedošanu. Ziedojot pirmo reizi, lielākā daļa ziedotāju atbalsta vienu iniciatīvu un šos lēmumus lielākā mērā ietekmē ziedotājam raksturīgā motivācija. Turpretī, laika gaitā attīstoties ziedotāju un nevalstiskās organizācijas attiecībām, nevalstisko organizāciju mārketinga darbībām ir nozīmīgāka ietekme uz ziedotāja lēmumu atbalstīt vairākas iniciatīvas. Tika veikts lauka pētījums, kas apstiprināja ekonometriskās analīzes secinājumus un sniedza cēloņsakarībās balstītus pierādījumus tam, ka nevalstisko organizāciju mārketinga darbības var mudināt ziedotājus ziedot vairākām iniciatīvām (Khodakarami, Petersen, Venkatesan, 2015). Autore piekrīt, ka attiecības starp ziedotāju un filantropijas organizāciju ir ārkārtīgi svarīgas. Tieši no filantropijas organizāciju darba kvalitātes atkarīgs, vai ziedotājs sapratīs lūgtā ziedojuma mērķi un savu lomu šī mērķa sasniegšanā. Tādēļ filantropijas organizācijas speciālistiem skaidri, ziedotājam saprotami jādefinē ziedojuma provizoriskie mērķi, to daudzveidība. Nav šaubu, ka, saņemot ziedojumus ik gadu un ilgā laika periodā, filantropijas organizācijām jānodrošina daudzveidīgāka komunikācijas plūsmas kvalitāte starp ziedotāju un šīm organizācijām.

Bekkersa (*Bekkers*) veiktajā pētījumā “Giving Time and/or Money: Trade-off or Spillover?” aptaujāti 612 Nīderlandes iedzīvotāji, lai noskaidrotu dinamiku starp ziedošanu labdarības mērķiem un brīvprātīgā darba ziedošanu dažādām nevalstiskajām organizācijām. Pētniekiem par pārsteigumu tika konstatēts, ka tie respondenti, kuri ziedo savu laiku, strādājot brīvprātīgu darbu, ir arī aktīvāki ziedotāji naudas izteiksmē dažādām labdarības organizācijām. Brīvprātīgā darba ziedotāji parasti ziedoja naudas līdzekļus tām nevalstiskajām organizācijām, kurās darbojās kā brīvprātīgie, kaut arī pētnieki atklāja, ka ziedotāji ziedojuši vēl dažādām filantropijas organizācijām, piemēram, veselības sektora filantropijas organizācijām, reliģiskajām organizācijām un dažādām sporta organizācijām, tātad, viņi ziedoja arī tādām filantropijas organizācijām, kas neatradās viņu ikdienas interešu lokā. Tomēr pētījumā Bekkerss novērojis, ka starp brīvprātīgā darba veikšanu noteicošajiem faktoriem un motivāciju ziedot nepastāv cēloņsakarība – netika atklāts, ka brīvprātīgais darbs būtiski ietekmētu motivāciju ziedot. Pētnieks secināja, ka brīvprātīgais darbs ir papildinoša uzvedība, ko izraisa aptuveni tie paši sociālie faktori kā ziedošanu (Bekkers, 2002). Savukārt vēlāk veiktā pētījumā meklētas atbildes uz jautājumu, kā krāšņi noformētas vēstules ietekmē ziedojumu vākšanas kampaņās saņemto ziedojumu apjomu un skaitu. Tika salīdzināti rezultāti, kas panākti, ja respondenti saņem krāšņas, krāsaini noformētas aplokšnes, vai arī pieticīgi noformētas aplokšnes. Pētījuma ietvaros 89 937 vēstules tika nosūtītas nejaušiem potenciālajiem ziedotājiem četrās eksperimentālās grupās. Visas potenciālo ziedotāju grupas piederēja pie Nīderlandes reliģiskās labdarības organizācijas. Rezultāti liecināja, ka krāšņi noformētas vēstules ziedojumu izteiksmē nesa zemākus rezultātus – atbildes, kuras pavadīja ziedojums, bija retākas, arī ziedojumu apjomi mazāki. Pētnieki šo rezultātu interpretēja ar tā, ka potenciālo ziedotāju atturēja ziedot tas, ka viņš saskatīja pārāk augstas administratīvās izmaksas, kuras rada šādas krāšņas vēstules, iespējams, radot aizdomas par organizācijas izšķērdīgumu. Rezultāti apstiprināja Bekkersa (*Bekkers*) un Krutzena (*Crutzen*) izvirzīto hipotēzi, ka pieticīgākas ziedojumu vēstules varētu ļaut sasniegt lielāku ziedojumu apjomu un ziedojumu skaitu. Ziedotāji mazāk uzticas tām filantropijas organizācijām, kas tērē lielākus administratīvos līdzekļus. Dārgs vizuālais noformējums negatīvi ietekmēja vēlmi ziedot tajā grupā, kura norādīja, ka mazāk uzticas filantropijas organizācijām. Secinājums, kas, šķiet, ir pretrunā ar šo interpretāciju, – ka starp nejauši izvēlētiem ziedotājiem krāšņs lūguma vēstules noformējums izraisīja negatīvāku attieksmi tajos, kuri iepriekš attiecīgajai organizācijai bija ziedojuši lielākas summas. Iespējams, šis rezultāts atspoguļo kritiskāku attieksmi pret filantropijas organizāciju un tās jauno pieeju, sūtot krāšņas vēstules, kas liek domāt par augstām administratīvām izmaksām. Pētnieki uzsver, ka arī iepriekš veiktie pētījumi apliecina – ziedotājus atbaida augstās administratīvās izmaksas, ko filantropijas organizācijas tērē ziedojumu vākšanas kampaņām (Bekkers, Crutzen, 2007). Autore piekrīt pētniekiem, ka augstu administratīvo izdevumu demonstrēšana atgrūž potenciālos un esošos ziedotājus, mazinot vēlmi ziedot, jo līdzekļi, kas veltīti šādu administratīvu izdevumu segšanai, būtu novirzāmi tiešajam ziedojumu

vākšanas mērķim.

Arī Bermans (*Berman*) un Deividsons (*Davidson*) norāda – valda uzskats, ka indivīdi ziedotu labdarībai vairāk, ja viņi būtu pārliecināti, ka līdzekļi netiks “izšķērdēti”. Tā ir izplatīta atbilde aptaujās par motivāciju ziedot labdarībai. Pētījumā tika analizēti tiesību akti un finanšu rādītāji, lai izpētītu šī apgalvojuma pamatotību Austrālijas kontekstā. Tika izstrādāts atbildības mainīgais lielums, pēc tam to sasaistot ar ziedojumiem labdarībai. Secināts, ka saistība starp abiem ir statistiski vāja un nav stabila (Berman, Davidson, 2003).

Bīlefelds (*Bielefeld*), Rūnijs (*Rooney*) un Steinbergs (*Steinberg*) pievērsušies faktoriem, kas rosina ziedot privātpersonas. Viņu veiktajā pētījumā var iepazīties ar faktoru kopu, kas ietekmē vēlmi ziedot individuāli un tā ietver izglītību, dzimumu, rasi, ienākumus. Konstatēts, ka galvenais noteicošais faktors ir privātpersonu turīgums, turklāt pētnieki norāda uz papildus faktoru – tās pilsētas, kurā dzīvo privātpersonas, turīgumu, iedzīvotāju labklājību. Jo bagātāka kopumā ir pilsēta, jo lielākus ziedojumus tajā dzīvojošās privātpersonas ziedo dažādiem labdarības mērķiem (Bielefeld, Rooney, Steinberg, 2005).

Brauna (*Brown*) un Ferisa (*Ferris*) pētījumā apskatīta sociālā kapitāla ietekme uz filantropiju. Sociālais kapitāls šajā kontekstā nozīmē attiecību tīklu starp cilvēkiem, kas dzīvo un strādā konkrētā sabiedrībā. Tas ļauj sabiedrībai efektīvi funkcionēt un tam ir ir nozīmīga loma filantropijas kvalitātē. Sociālais kapitāls ļauj sabiedrības grupām darboties efektīvi, izmantojot attiecības starp personām, kopīgu identitātes izjūtu, kopīgu izpratni, kopīgas normas, kopīgas vērtības, uzticēšanos, sadarbību un savstarpīgumu. Pētījums apstiprina nozīmīgo sociālā kapitāla ietekmi uz filantropiju, ja sociālā kapitāla kopumā tiek ietverta ziedošana filantropijas organizācijām. Kopīga ziedošana kādam konkrētam mērķim rada sabiedrības locekļos līdzatbildības sajūtu (Brown, Ferris, 2007).

Čens (*Chen*), Li (*Li*) un Makkī-Meisons (*MacKie-Mason*) īstenoja vienu no pirmajiem tīmeklī balstītajiem tiešsaistes eksperimentiem ziedojumu vākšanā. Publiskās bibliotēkas tiešsaistes ziedojuma vietnē tika izveidota iespēja ziedot četros dažādos veidos: brīvprātīgais darbs, lielāka apjoma ziedojums, neliels ziedojums un ziedojums pret ziedojumu jeb līdz ziedojums, kad ziedotā summa automātiski piesaista tikpat lielu summu no cita avota (angl. *matching donation*). Pētījums apliecināja, ka atbalstītāji biežāk izvēlējās veikt nelielu ziedojumu vai ziedojumu pret ziedojumu, savukārt lielāka apjoma ziedojumi bija retāki. Tika pierādīts, ka tehnoloģiju nodrošinātais piedāvājums, kas ļauj saīsināt un vienkāršot ziedošanas procedūru, ir attaisnojies. Ja internetā piedāvātais tiešsaistes ziedošanas mehānisms ir vienkāršs un viegli izpildāms, ziedotāju atsaucību veicina tieši vienkāršotā iespēju ziedot (Chen, Li, MacKie-Mason, 2005).

Klārks (*Clark*) norāda, ka iespējams panākt, lai ziedošanas apjoms palielinās, ja filantropijas organizācijas veic publicitātes pasākumus, publiskajā telpā informējot sabiedrību par saņemtajiem ziedojumiem. Filantropijas organizācijas, paziņojot par saņemtajiem ziedojumiem, rosina esošos un potenciālos ziedotājus ziedot. Paraugš vienmēr iedvesmo ziedošanu (Clark, 2002).

De Jongs (*DeJong*) konstatējis, ka tie, kas uzrunājuši potenciālos mecenātus tieši, sarunā viens pret vienu, un tie, kas uzrunājuši potenciālos mecenātus zvanot pa tālruni, sasniedz līdzīgus rezultātus. Tas liek domāt, ka uzrunātie atbalstītāji sajuta, ka ir īpaši, kad tie izpildīja sākotnējo, mazo lūgumu, tādēļ, visticamāk, vēlāk izpildīs arī lielākus lūgumus. Savukārt tie, kuri sajuta, ka ir tikai vieni no daudziem, kas šo lūgumu izpildīs, to nedarīs. Pētnieks noskaidroja tendences, kas pastāv starp divām minētajām ziedotāju grupām: pirmo ziedotāju grupu filantropijas praktiķi uzrunāja, tiekoties tieši un personiski, savukārt otro grupu filantropijas praktiķi uzrunāja, zvanot pa tālruni. Abos gadījumos ziedotāji tika aicināti pirmo reizi ziedot jaunam projektam, kuram līdz šim ziedojumus neviens nebija prasījis. Pētnieks atklāja, ka ziedošanas apmēru un ziedojumu skaita ziņā starp abām grupām nebija atšķirības. Pētījuma secinājumos minēts, ka ziedotāji, kas tika aicināti ziedot vēlreiz, ziedoja jau lielāku summu (DeJong, 1981).

Gitels (*Gittell*) un Tebaldi (*Tebaldi*) apliecina, ka ASV pastāv ievērojamas ziedošanas



tradīcijas. Vairāk nekā divas trešdaļas mājsaimniecību ziedo. Pētnieki norāda, ka ziedojumi veido 2% no iekšzemes kopprodukta, tas ir nozīmīgs atbalsts filantropijas organizācijām. Ziedošanas apjomi un skaits atkarīgi no šādiem faktoriem: ienākumi, vecums, reliģiskā piederība, izglītības līmenis, pieredze brīvprātīgajā darbā un kapitāla pieaugums (Gittell, Tebaldi, 2006).

Grubers (*Gruber*) izvērtējis ziedojumu apjomu un skaitu, ko saņēmušas filantropijas organizācijas ar reliģisku ievirzi un tās, kurām nav reliģiskas ievirzes. Pētījums pierādīja, ka aktīvāk un biežāk ziedotāji atbalsta filantropijas organizācijas ar reliģisku ievirzi. Ziedojumu piesaistē nozīmīga ir piedalīšanās reliģiskos pasākumos. Jo ciešāka saite starp filantropijas organizāciju un ziedotāju, jo lielākas cerības, ka ziedojumu apjoms un skaits palielināsies (Gruber, 2004).

Hjūstons (*Houston*) skaidro, ka pastāv dažādi ziedošanas veidi: var ziedot laiku brīvprātīgajam darbam, kļūt par asinsdonoru un arī ziedot naudu. Pētnieks secina, ka valsts pārvaldes darbinieki salīdzinājumā ar privātajā sektorā nodarbinātajiem biežāk ziedos laiku brīvprātīgajam darbam, kā arī kļūst par asinsdonoriem. Arī tiem darbiniekiem, kas strādā nevalstiskajās organizācijās, ir lielāka izpratne par brīvprātīgā darba nozīmi. Hūstons pieļauj, ka privātā sektora darbinieki ziedo vairāk naudas līdzekļu, jo ikdienā orientēti uz peļņas gūšanu (Houston, 2006).

Pētījuma "Does Price Matter in Charitable Giving? Evidence from a Large-Scale Natural Field Experiment" gaitā tika uzrunāti 50 000 filantropijas organizācijas ziedotāji, lai noskaidrotu, kādas tendences pastāv saistībā ar aicinājumu veikt līdzziedojumu (skat. iepriekš – matching donation), kad ziedojums proporcionāli piesaistīts citam ziedojumam. Rezultāti liecināja, ka lielāki ziedojumi iegūstami, ja tiek aicināts ziedot 3 dolārus pret vienu jau noziedoto un 2 dolārus pret vienu jau noziedoto. Mazākus rezultātus deva aicinājums ziedot 1 dolāru pret 1 jau noziedoto dolāru. Karlans (*Karlan*) un Lists (*List*) atklāja, ka, uzrunājot potenciālos ziedotājus ar aicinājumu ziedot, labāki rezultāti sasniedzami, ja potenciālajam ziedotājam apmaiņā pret ziedojumu tiek piedāvāta neliela dāvana. Tā kalpo kā stimuls, lai potenciālais ziedotājs varētu pieņemt lēmumu par labu ziedojuma veikšanai (Karlan, List, 2007). Autore piekrīt, ka dāvana kā pretpakalpojums iegūst arvien lielāku nozīmi kā motivējošs faktors ziedojuma veikšanai, tomēr uzsver, ka šāda dāvana ir pretrunā ar klasisko ziedošanas definīciju un būtību, kas paredz, ka ziedojumam piemīt nesavtīgs raksturs un devējs negaida pretī nekādas dāvanas.

Kingmas (*Kingma*) empīriskais pētījums vērsts uz filantropijas organizāciju saņemto ziedojumu apjomu atkarību no vēlmes saņemt pretī kādu labumu par veikto ziedojumu. Pētnieks secina, ka ziedotājus apmierina sajūta, ka ziedojot viņi uzlabo kopējo sabiedrības dzīves kvalitāti (Kingma, 1989).

Kumru (*Kumru*) un Vesterlunds (*Vesterlund*) novērojuši, ka filantropijas praktiķi bieži vien ziedojumu kampaņas uzsāk ar sabiedrībā atpazīstamu un cienītu cilvēku izteiktu aicinājumu ziedot kā par paraugu minot savu jau veikto ziedojumu. Abi pētnieki vērtējuši, vai, sekojot sabiedrības līderu piemēram, ziedotājos rodas asociācijas, ka arī viņu statuss sabiedrībā ir līdzīgs kā šiem līderiem. Secināts, ka sabiedrības līderu piemērs, veicot ziedojumu, ir nozīmīgs faktors, kas saistīts ar ziedojumu apjoma un skaita palielināšanos (Kumru, Vesterlund, 2010).

Lī Adamss-Čau (*Lee Adams-Chau*) apskatījis filantropijas organizāciju daudzveidību un tendences ziedojumu piesaistē, nonākot pie atziņas, ka starp dažādām filantropijas organizācijām ziedojumu piesaistē valda konkurence. Pētnieks secinājis, ka tās filantropijas organizācijas, kas ziedojumu vākšanas kampaņās aktīvāk iesaista filantropijas organizāciju valdes locekļus, panāk labākas sekmes (Lee Adams-Chau, 1988).

Pētot tendences ziedojumu apjoma un skaita ziņā starp senioriem, redzams, ka sociālā mijiedarbība un motivācijas kontrole ir nozīmīgi aspekti ziedojumu piesaistē. Mathurs (*Mathur*) norāda – lai gan ziedotāji bieži noliedz sociālā spiediena nozīmi, aptaujas tomēr atklāja, ka ziedojumi visai cieši saistīti ar sociālā spiediena mērījumiem (Mathur, 1996).

Pētījuma “The effects of race, gender, and marital status on giving and volunteering in Indiana” mērķis bija izvērtēt ziedojumu apjoma un skaita atkarību no šādiem kritērijiem: rase, dzimums, attiecību statuss un brīvprātīgā darba pieredze. Pētījuma rezultāti norādīja uz nozīmīgām atšķirībām ziedojumu apjomā un skaitā, ņemot vērā augstākminētos kritērijus un kombinējot tos ar atšķirībām starp ziedotājiem pēc tādiem kritērijiem kā ienākumu līmenis, vecums un izglītības līmenis. Mešs (*Mesch*), Rūnijs (*Rooney*), Stainbergs (*Steinberg*) un Dentons (*Denton*) secināja, ka rasei nav būtiskas nozīmes, kā arī to, ka sievietes, kurām nav partnera, ziedo par 10% biežāk nekā vīrieši līdzīgā situācijā. Dati norādīja, ka precējušies vīrieši ziedo par 6% vairāk nekā vientuļi vīrieši, savukārt precējušās sievietes ziedo par 12% vairāk nekā vientuļi vīrieši. Vecumam nav lielas nozīmes saistībā ar ziedojumiem (Mesch, Rooney, Steinberg, Denton, 2006).

Maunts (*Mount*) izvērtējis ziedotāju individuālo motivāciju ziedot salīdzinājumā ar potenciālo ziedotāju motivāciju ziedot, turklāt vēlējies noskaidrot, kāpēc individuālie ziedotāji ziedo noteiktus apjomus. Pētnieks secinājis, ka pastāv dažādi mainīgie lielumi, kas ietekmē ziedojumu apjomus, un tie ir šādi: ziedotāju vecums, saistība ar filantropijas organizāciju, ienākumu līmenis, motivācija ziedot un ģimenes stāvoklis (Mount, 1996). Savukārt Ostrovera (*Ostrower*) pētījums veltīts turīgāko ziedotāju vēlmei ziedot. Turīgo, finansiāli aktīvo ziedotāju vēlme ziedot atkarīga no piederības turīgi finansiāli aktīvo ziedotāju grupai. Neticība tam, ka valdības politika kalpo sabiedrībai, motivē turīgo ziedotāju grupas ar ziedojumu palīdzību uzlabot sabiedrības dzīves kvalitāti. Pētnieks norāda, ka turīgo ziedotāju grupās ir nozīme arī dzimum piederībai – sievietēm ir salīdzinoši grūtāk iekļūt turīgo finansiāli aktīvo ziedotāju grupā. Bieži šajā grupā sievietes nonāk kā ziedotāju dzīvesbiedres un pašas nepieņem lēmumus par ziedojumu veikšanu (Ostrower, 1995).

Izvērtējot Apvienotās Karalistes mājāsaimniecību ziedojumu datus 20 gadu garumā, pētnieki norādīja, ka finansiālo krīžu gadījumā ziedojumu apjomi un skaits mazinās. Secināts, ka gados jaunāki ziedotāji un personas ar zemākiem ienākumiem ziedo mazāk un retāk (Pharoah, Tanner, 1997).

Apskatot tendences, kas saistītas ar to, cik bieži tiek izplatīti aicinājumi ziedot, redzams, ka filantropijas praktiķi, kas biežāk aicina ziedot, arī biežāk saņem ziedojumus (Pliner, Hart, Kohl, Saari, 1974).

Rīss (*Reece*) un Zišangs (*Zieschang*) norāda, ka ziedotājiem pieejamas nodokļu atlaides ir nozīmīgs faktors, lai lemtu par labu ziedojumam. Pētījuma dati gada garumā liecina par sekmīgu nodokļu atlaižu pielietošanu, motivējot ziedot filantropijas organizācijām (Reece, Zieschang, 1985).

Rīds (*Reed*) un Selbijs (*Selbee*) pētījumā “Is There a Distinctive Pattern of Values Associated with Giving and Volunteering? The Canadian Case” piesaka ļoti nozīmīgu tēmu, kura ļauj vēl efektīvāk izvērtēt potenciālo ziedotāju vērtībās balstīto motivāciju labdarībai un rezultātu. Šis pētījums pievēršas jautājumam par to, kāda varētu būt vērtību kopa vai ētoss – morāles normu, principu un ideālu kopums, kas ir pamatā trim filantropiskām darbībām: brīvprātīgajam darbam, naudas ziedojumiem un abu resursu (laika un naudas) ziedošanai. Turklāt autori apskata arī sociāli demogrāfiskās īpašības, kas piemīt tiem indivīdiem, kuri veic kādu no šīm trim darbībām. Pētījumā izvirzīta tēze, kura sakņojas agrākos pētījumos, – brīvprātīga darba un ziedošanas paradumi rod pamatu divos dažādos pasaules uztveres veidos – t.s. “nošķiršanās kultūrā” (angl. *culture of separation*) un “sasaistes kultūrā” (angl. *culture of coherence*). Atbilstoši pirmajai, indivīds tiek uzskatīts par sociālu atomu, kurš ir brīvs vai nošķirts no sabiedrības sociālajām, politiskajām un pilsoniskajām institūcijām – šādu indivīdu “darbina” galvenokārt pašlabums. Turpretim otrajai raksturīga cieša un personiska indivīda saikne ar citiem sabiedrībā, tieši tāpēc, ka šāds indivīds ir daļa no institūcijas, kura veido sabiedrību. Pētījuma ietvaros veikta plaša iedzīvotāju grupu aptauja un aprēķini. Pētījums liecina: cenšoties gūt dziļāku izpratni par aktīva brīvprātīgā darba un ziedošanas sasaisti ar sociālo dinamiku, jāņem vērā ne tikai kontekstuālie (makrosociālie) un personības (mikrosociālie) faktori, bet arī īpašs vērtību un uzskatu kopums – to varētu pat dēvēt par

pasaules uztveri, kura piemīt kā brīvprātīgā darba veicējiem, tā finanšu līdzekļu ziedotājiem (visu veidu “devējiem”). Šī kopuma galvenie elementi – (1) īpaši indivīda ģimeniskie apstākļi un agrīnā dzīves pieredze; (2) noteikti reliģiskie uzskati (tos bērni bieži pārmanto no vecākiem); (3) universitātes izglītības esamība vai neesamība (binārā formā, – ir vai nav, nevis kā tradicionālajās aptaujās, kur prasa norādīt “izglītības līmeni”). Visi trīs elementi ir saistīti ar sociālo mācīšanos un sociālo atražošanu, un šķiet, ka tiem ir liela ietekme, veidojot to ētosu, kas ir brīvprātīgā darba un ziedošanas pamatā – tieksme veicināt vispārējo labklājību un kopējo labumu (Reed, Selbee, 2003). Agrākā pētījumā abi pētnieki norāda, ka pastāv tendence – vieni un tie paši indivīdi ziedo kā brīvprātīgo darbum tā finanšu līdzekļus. Savukārt Braienta (*Bryant*) un kolēģu pētījumā noskaidrots, kāda ir respondentu atsaucība, ja tos aicina ziedot kādai filantropijas organizācijām naudas līdzekļus, visus vai daļu īpašumu, vai arī ziedot laiku brīvprātīgam darbam. Šī pētījuma rezultāti atklāja, ka respondenti vislabprātāk atsauca aicinājumam uz brīvprātīgo darbu, salīdzinājumā ar pārējiem ziedošanas veidiem, piešķirot organizācijai naudu, īpašumu vai tā daļu (Bryant, Jeon-Slaughter, Kang, et al., 2003).

Izvērtējot rases un dzimuma ietekmi uz filantropiju, kā arī rases un dzimuma mijiedarbības ietekmi, pētījuma “The effects of race, gender, and marital status on giving and volunteering in Indiana” rezultāti norādīja uz atšķirībām saistībā ar dzimumu, savukārt saistībā ar rasi šādas atšķirības netika konstatētas. Rūnijs (*Rooney*), Mešcs (*Mesch*), Čins (*Chin*) un Steinbergs (*Steinberg*) secināja, ka sievietes, kuras nebija attiecībās, ziedoja vairāk un biežāk nekā vīrieši, kuri nebija attiecībās. Precētie ziedoja biežāk nekā tie vīrieši, kuri nebija precējušies, bet bija attiecībās, turklāt precētajiem bija ievērojami vairāk naudas nekā tiem, kuri nebija attiecībās (Rooney, Mesch, Chin, & Steinberg, 2005).

Pētījumā “Bequest motives and barriers to giving: The case of direct mail donors” secināts, ka 9% no kopējās ziedojumu summas ASV veido testamentārie novēlējumi. Pētīta arī motivācija ziedot ar testamentāro novēlējumu palīdzību un iespējamie šķēršļi tam, lai atbalstītāji izmantotu tieši šo ziedojuma metodi. Aptaujājot astoņas grupas, pētnieki secināja, ka, ziedojot ar testamentāro novēlējumu, ziedotājs var baudīt zināmas nodokļu atlaides vēl savas dzīves laikā, un tas pats attiecas arī uz testamentārās gribas stāšanos spēkā, – arī ziedotāja ģimenes locekļi var gūt labumu no nodokļu atlaidēm. Savukārt starp šķēršļiem Sārdžents (*Sargeant*), Hiltons (*Hilton*) un Vaimers (*Wymer*) minējuši mantinieku interesi saņemt mantojuma masu (Sargeant, Hilton, Wymer, 2006).

Pētījuma “Fundraising management: Analysis, planning and practice. Routledge” autori norāda, ka mārketinga principu piemērošana filantropijas organizācijām palīdz sekmīgāk piesaistīt ziedojumus. Šis norādījums filantropijas organizācijām liek pārvērtēt investīcijas sabiedrisko attiecību un mārketinga pakalpojumos. Sārdžents (*Sargeant*) un Džejs (*Jay*) secina, ka ikvienas veiksmīgas filantropijas organizācijas kopējā budžetā jāiekļauj arī sabiedriskajām attiecībām un mārketingam paredzētajai sadaļai (Sargeant, Jay, 2014).

Šērvišs (*Schervish*) norāda, ka lielo ziedotāju motivācija var būt gan ļoti vienkārša, gan visai sarežģīta. Secināts, ka turīgos ziedotājus motivē tas, kas motivē jebkuru ziedotāju ziedošanas brīdī. Turīgākajiem ziedotājiem lēmums ziedot varētu būt pārdomāts ilgākā laika posmā, it sevišķi, ja tiek plānots ziedot ilgtermiņā. Turīgo ziedotāju aktivitātes pamatā var būt arī kāds pēkšņs nelaimes gadījums, piemēram, dabas katastrofa (Schervish, 2005).

Izvērtējot individuālo ziedotāju ienākumu apjomu un ziedošanas apjomu, pētījumā “Critical Issues in Fundraising” secināts, ka individuālie ziedotāji ziedo procentuāli vairāk no personisko ienākumu kopsummas nekā turīgākie ziedotāji. Šērvišs (*Schervish*) un Heivenss (*Havens*) arī secinājuši, ka tiem indivīdiem, kas ziedo ļoti reti, ir zemāki ienākumi nekā māsaimniecības, kas ziedo reti, bet kuru ienākumi ir lielāki. Regulāra ziedošana rada ieradumā balstītu tradīciju to darīt un tiek iedibināts pat zināms rituāls (Schervish, Havens, 1997).

Švarcvalds (*Schwarzwald*), Rāzs (*Raz*) un Cvibels (*Zvibel*) pētījumā “The Applicability of the Door-in-the Face Technique when Established Behavioral Customs Exist” pētījuši tā sauktās “no lielākā uz mazāko” (angl. *door-in-the-face*) metodes pielietošanu ziedojumu piesaistē. Tā ir pārliecināšanas stratēģija, kura vispirms paredz izvirzīt nepamatoti lielu prasību,

bet pēc tam izteikt mazāku, pieņemamāku lūgumu. Tiek uzskatīts, ka kontrasts starp abām prasībām liek otrajai šķist saprātīgākai un pievilcīgākai, un tas palielina iespēju, ka otra, pieticīgākā prasība tiks izpildīta. 400 potenciālie ziedotāji tik aicināti ziedot garīgi slimo rehabilitācijai. Vienai grupai filantropijas praktiķu aicināja ziedot, neminot summu. Otrai grupai – jau norādot konkrētas summas. Otrreiz vērsoties pie tiem pašiem ziedotājiem, tika novērots, ka pirmā un otrā grupa bieži vien ziedoja tādu pašu summu kā pirmo reizi. Pētnieki nonāca pie slēdziena, ka labāk norādīt sagaidāmā ziedojuma amplitūdu (Schwarzwald, Raz, Zvibel, 1979).

Secināts, ka paņēmieni “no mazākā uz lielāko” (angl. *foot-in-the-door*) – taktika, kuras mērķis ir panākt, lai persona piekristu lielai prasībai, panākot, ka tā vispirms piekrīt izpildīt pieticīgu prasību. Šis paņēmieni atvasināts no sociālpsiholoģiska koncepta un pastāv viedoklis, ka tas nodrošina lielāku iespēju sekmīgi piesaistīt ziedojumus. Arī filantropijā, gluži tāpat kā pārdodot kādu produktu vai pakalpojumu, svarīgi noteikt “cenu”. Filantropijas organizāciju gadījumā tie ir sagaidāmo ziedojumu apmēri, norādot minimālo un maksimālo sagaidāmā ziedojuma summu. Izpētīts, ka šis paņēmieni saistīts ar pašapziņas teoriju. Pašapziņu iespējams paaugstināt ar lielāku ziedojuma summu (Reingen, Kernan, 1977).

Pētījumā “The Moral Foundations of Trust” apkopoti dati no Kembridžas Universitātes gada pārskatiem. Uzticēšanās ir daudzpusīgs jēdziens. Uslaners (*Uslaner*) piedāvā argumentus un pierādījumus lai pamatotu, ka uzticēšanās ir ticība cilvēkiem, kurus nepazīstam, un ka tā nav atkarīga no mūsu dzīves pieredzes. Tieši šāda veida ticība mūs saista ar citiem. Uzticēšanās cilvēkiem, brīvprātīgi ziedojot savu laiku vai naudu filantropijas organizācijām, visticamāk būs vērojama tādās valstīs, kas ar savu iekārtu un pārvaldi veicina ekonomikas izaugsmi, vienlaikus atbalstot mazāk veiksmīgos. Valstis, kurās valda lielāka savstarpēja uzticēšanās, var lepoties ar labāk funkcionējošu valdību, atvērtākiem tirgiem un zemāku korupcijas līmeni. Pētnieks secina, ka valstīs ar stabilāku savstarpējo uzticēšanos vērojama sekmīgāka filantropijas organizāciju darbība (Uslaner, 2002).

Karabains (*Carabain*) un Bekerss (*Bekkers*), izmantojot Nīderlandē veiktas aptaujas datus, atklāj, ka musulmaņiem piemīt salīdzinoši augsts reliģiskās filantropiskās uzvedības līmenis un salīdzinoši zems laicīgās filantropiskās uzvedības līmenis, savukārt hinduistiem raksturīgs salīdzinoši zems reliģiskās filantropiskās uzvedības līmenis un augstāks laicīgās filantropiskās uzvedības līmenis. Rezultāti norāda, ka grupas skaidrojums un pārliecības skaidrojums par attiecībām starp reliģiju un filantropisko uzvedību zināmā mērā ir spēkā, ja tiek apskatītas filantropiskās uzvedības atšķirības starp kristiešiem, musulmaņiem un hinduistiem (Carabain, Bekkers, 2012).

Bekerss (*Bekkers*) un Šujts (*Schuyt*) izvērtēja tendences, kas pastāv brīvprātīgā darba un finansiālu ziedojumu jomās baznīcām un nereliģiskajām filantropijas organizācijām Nīderlandē. Tika izvirzīta hipotēze, ka ziedojumi reliģiskajām organizācijām balstās iesaistē reliģiskajā kopienā, bet ziedojumi nereliģiskajām filantropijas organizācijām, visticamāk, sakņojas tādās sociālās vērtībās kā altruisms, vienlīdzība un atbildība par kopējo labumu, kas socializētas reliģiskajās tradīcijās. Protestantu draudžu locekļu vidū pētnieki novēro augstāku brīvprātīgā darba un dāsnuma līmeni nekā starp katoļu draudžu un nereliģiozo apvienību locekļiem. Lielāks ziedojumu apjoms un skaits baznīcai protestantu vidū galvenokārt saistīts ar lielāku baznīcas apmeklējumu un sociālo spiedienu dot savu ieguldījumu. Savukārt lielāki protestantu ziedojumi nereliģiskajām filantropijas organizācijām, īpaši labdarības mērķiem, lielākoties saistīti ar prosociālām vērtībām, kas liek dot labumu citiem, palīdzot, daloties, ziedojot, kopīgi darbojoties un veicot brīvprātīgo darbu (Bekkers, Schuyt, 2008). Autore piekrīt, ka piederības sajūta jārada un jāuztur, – jo lielāka tā būs, jo lielāki ziedojumu apmēri un skaits. Piederība kādai kopienai un kopīgu rituālu radīšana, to regulāra praktizēšana veicina piederības veidošanos un uzturēšanu.

Pētījumā “Gifts of Time and Money: The Role of Charity in America's Communities” apskatīta sociālā kapitāla ietekme uz individuālo ziedotāju vēlmi ziedot kādai filantropijas organizācijai, mērot to ar sociālās uzticības un sociālās tīklošanās mērauklu. Šajā pētījumā

filantropijas organizācijas tika iedalītas divās grupās: reliģiskās filantropijas organizācijas un filantropijas organizācijas bez reliģiskas ievirzes. Pētījumā atklāts, ka abu veidu organizācijām ir līdzīgi rezultāti, vērtējot tās pēc kritērija, kas saistīts ar ziedotāju laimes sajūtu. Tie, kas apgalvoja, ka ir gana laimīgi, arī vairāk un biežāk ziedoja. Sociālās uzticības un tīklošanās kvalitātei ir nozīme abu filantropijas organizāciju grupu rādījumos. Filantropijas organizācijām bez reliģiskas ievirzes ir labāki rādītāji, ja tiek aktivizēta tīklošanās starp biedriem (Brown, 2005).

Harbo (*Harbaugh*) atzīmē, ka filantropijas organizācijas publicē informāciju par saņemtajiem ziedojumiem atbilstoši noteiktām ziedotāju līmeņa kategorijām. Jo vairāk mecenāts ziedo, jo augstākā kategorijā nokļūst. Savukārt ziedotājiem ir svarīgi nokļūt pēc iespējas augstāka līmeņa ziedotāju kategorijā. Jāsecina, ka ziedotāju kategorijas ir papildus dzinulis ziedot regulāri. Pētnieks arī norāda, ka starp filantropijas organizācijām pastāv konkurence. Svarīgi ievērot divus apstākļus, kas svarīgi ziedotājam: individuāla uzmanība un prestižs sabiedrībā. Regulāra ziedotāja informēšana par ziedotāja sasniegto kategorijas līmeni ir nozīmīgs faktors, lai ziedojumi turpinātos. Svarīgs ir arī filantropijas organizācijas prestižs sabiedrībā (Harbaugh, 1998).

Gandrīz visām reliģiskajām draudzēm ir filantropijas organizācijas, kas, saņemot ziedojumus, dod iespēju ziedotājiem iegūt nodokļu atlaides. Reliģisko draudžu filantropijas organizācijas saņem ikgadējās biedru naudas, brīvprātīgā darba ziedojumus, kas veido pusi no kopējiem ziedojumiem. Tieši reliģiskās draudzes ar iedibinātām tradīcijām, regulāriem dievkalpojumiem, draudzes biedru savstarpējo palīdzību un iesaisti draudzes vadībā var panākt, ka brīvprātīgā darba ziedojums un ikgadējo biedru naudu iemaksas ir biežākie ziedojumu veidi (Jencks, 1987).

Laions (*Lyons*) un Nivisons-Smits (*Nivison-Smith*) izvērtēja ziedošanas paradumus mājsaimniecībās, kuru pieaugušie locekļi bija reliģisku filantropijas organizāciju biedri. Tika apskatīti arī ziedošanas veidi – ziedojumi naudā un brīvā laika ziedojumi brīvprātīgā darba formā. Varbūtība, ka tiks veikts ziedojums, palielinās līdz ar reliģisko dievkalpojumu apmeklētību. Arī starp reliģiskajām filantropijas organizācijām ir tendence ziedot kā naudā, tā ar brīvprātīgo darbu ka ziedojumu (Lyons, Nivison-Smith, 2006).

Olsons (*Olson*) un Kadels (*Caddell*) izvērtēja ziedojumu apjomus dažādās reliģisko draudžu filantropijas organizācijās, nonākot pie secinājuma, ka tie reliģisko draudžu locekļi, kuri apmeklēja dievkalpojumus biežāk, arī ziedoja vairāk. Pētnieki atklāja, ka nelielu draudžu filantropijas organizācijām ziedo biežāk nekā turīgo draudžu filantropijas organizācijām, kuras saņem papildus ienākumus no īpašumu izīrēšanas un neaizskaramo pamatkapitālu radītās peļņas (Olson, Caddell, 1994). Autore piekrīt, ka viena no motivācijām ir žēlsirdībā balstīta vēlme palīdzēt kādam, kas saņem salīdzinoši nelielāku atbalstu, – tam, kuram klājas grūtāk. Tieši tādēļ tās filantropijas organizācijas, kuru saņemtais ziedojumu apjoms ir mazāks, rada ziedotājos vēlmi drīzāk atbalstīt šīs organizācijas, nevis ziedot turīgākām, lielākām filantropijas organizācijām.

Šujts (*Schuyt*), Smits (*Smit*) un Bekerss (*Bekkers*) uzskata, ka filantropijas ietekme uz sabiedrības labklājību ir ilgtermiņa process. Līdz šim pētnieki pievērsušies ziedošanas un brīvprātīgā darba kā ziedošanas rīka pētījumiem un secinājuši, ka ziedošana sabiedrībā pazīstamai filantropijas organizācijai un brīvprātīgā laika ziedošana ir personiskāka rakstura darījums nekā ziedošana pilnīgi nepazīstamām, svešām filantropijas organizācijām. Secināts, ka pilsoniskā pienākuma un sociālās atbildības sajūtas, kas balstītas kristīgajās tradīcijās, ir svarīgi filantropijas dzinuli. Nozīmīgs faktors ir arī uzticēšanās, kurai jāpastāv starp filantropijas organizāciju un ziedotāju (Schuyt, Smit, Bekkers, 2013).

Švarcs (*Schwartz*) pievērsies tieši privātpersonu ziedojumiem un motivācijai ziedot. Viņš norāda, ka ziedotājs var būt cēlu mērķu vadīts un ziedotājam var būt motivācija atbalstīt kādu projektu, jo viņa pārstāvētā sabiedrības daļa gūs labumu no šī atbalstītā projekta. Pētnieks analizējis, cik lielā mērā “filantropisko” uzvedību patiesi ietekmē vēlme apmierināt citu cilvēku vajadzības. Tiek secināts, ka jāņem vērā to, ka cilvēks nedzīvo sociālā izolācijā, lēmums par

ziedošanu balstās vēlmē veidot kopīgu sabiedrības labumu (Schwartz, 1970).

Apkopojot 120 pētnieku veiktos pētījumu rezultātus un secinājumus, autore piekrīt, ka mecenātu un potenciālo mecenātu identitātes izziņošana ir viens no pirmajiem filantropijas praktiķu uzdevumiem. Esošo un potenciālo mecenātu motivācija ziedot ir viena no identitātes sastāvdaļām. Ir svarīgas kā nodokļu atlaides, tā personīgā vēlme palīdzēt savai augstskolai. Visnotaļ svarīgi ir kopīgi psihogrāfiskie kritēriji (psiholoģiski mainīgi lielumi, kurus ļauj definēt personības, vērtību, viedokļu, attieksmju, interešu un dzīvesveida analīze) un kvalitatīvas ziedojumu piesaistes stratēģijas, kā arī iespēja ilgtermiņā ierakstīt savas dzimtas vārdu augstskolas nākotnē, ziedojot ar testamentāro novēlējumu vai ziedojot ar nosacījumu, ka augstskola nosauc kādu no auditorijām mecenāta vārdā. Nozīmīga loma piemīt ziedojumu veidiem un sezonālībai. Ziedošanas kampaņas organizēšana, piemēram, varētu notikt augstskolas jubilejas mēnesī.



Avots: autore pētījums un konstrukcija, balstoties uz literatūras analīzi

1.2. att./ Fig. 1.2. **Mecenātu un potenciālo mecenātu identitāte, to motivācija ziedot/ The identity of donors and potential donors, their motivation to donate**

Nākamajā apakšnodaļā autore detalizētāk analizē pētījumus ietekmes un korporatīvajā filantropijā.

### 1.5. Ietekmes un korporatīvā filantropija/ *Impact and corporate philanthropy*

Ietekmes filantrops ir persona, kas augstu vērtē iespēju panākt izmaiņas. Par tādu uzskatāms ikviens, kuram viena bērna pabarošana sniedz lielāku gandarījumu nekā iedot tūkstoš bērniem katram vienu rīsa graudu, vai arī tāds, kurš vēlas, lai viņa vai viņas ziedojumu iztērē tieši konkrētam labdarīgam mērķim, nevis pieskaitāmo izmaksu segšanai. Pastāv daudz piemēru, kad ziedotājos vērojamas ietekmes filantropijas pazīmes. Piemēram, ir cilvēki, kuri izvēlas dot naudu tieši bezpajumtniekam, nevis labdarības organizācijai, kura rūpējas par bezpajumtniekiem. Lai gan balstītas saprātīgā pieņēmumā, implikācijas, kuras piemīt ietekmes filantropijai tās tīrākajā formā, noved pie šķietami nefilantropiskas uzvedības. Kad filantrops par galveno vērtību uzskata “pārmaiņu panākšanu”, viņš vai viņa zināmā mērā gūst labumu no

kāda vajadzības. Tādējādi filantropi un ziedojuma saņēmēji var iekrist savstarpēji atkarīgās attiecībās, kurās katrs gūst labumu no otra. Turklāt sadarbība starp ietekmes filantropiem var novest pie ziedojumu apjoma samazināšanās. Labdarības organizācijas var konstatēt, ka tās nonāk pretrunā saviem ziedotājiem, kaut gan abām pusēm ir viens mērķis: panākt nozīmīgu ietekmi uz sabiedriskā labuma vairošanu kopumā. Filantropi var nevēlēties segt organizācijas darbības radītās izmaksas, kas dod labumu daudziem, bet katram atsevišķi – tikai nedaudz (Duncan, 2004).

Porters (*Porter*) un Kramers (*Kramer*) konstatējuši, ka pēdējās divās desmitgadēs filantropijas organizāciju skaits ASV divkārsrojies, bet to aktīvu vērtība palielinājusies par vairāk nekā 1100%. Tā kā turīgums arvien turpina pieaugt, pētnieki laikus aplūko šo procesu un secina, ka nepieciešamas radikālas pārmaiņas. Nodokļu atlaižu politika ir ārkārtīgi labvēlīga filantropijas organizāciju darbībai. Abi pētnieki secina, ka nepieciešams, lai filantropijas organizācijas panāktu sociālu ietekmi, kas būtu samērīga ar to tēriņiem. Ja filantropijas organizācijas strādā tikai kā pasīvi ziedojumu administrētāji, tad ne vien iznieko savu potenciālu, bet arī nepilda svarīgu pienākumu pret sabiedrību. Pamatojoties uz Portera (*Porter*) darbu konkurences un stratēģijas jomā, pētnieki iepazīstina ar ietvaru, kā sistemātiski saprast to, kā filantropijas organizācijas rada vērtību un kā dažādās pieejas vērtības radīšanai var izmantot visaptverošas stratēģijas kontekstā. Lai gan daudzas filantropijas organizācijas runā par “stratēģisku” atbalsta sniegšanu, daudzviet pašreizējā prakse ir pretrunā ar stratēģiju. Filantropijas organizācijas pārlietu izklieš savu finansējumu, sniedzot atbalstu pārāk plašām, daudzveidīgām vajadzībām. Tās neņem vērā vērtību radīšanas potenciālu, ko rada ilgākas un ciešākas attiecības ar labuma saņēmējiem, vajadzētu pievērst lielāku uzmanību filantropijas organizāciju finansētā darba galarezultātiem. Pētījumā sniegts pārmaiņu plāns, kā filantropijas praktiķiem vadīt filantropijas evolūciju, balstoties personiskos, sirdsapziņas motivētos darbos un profesionalitātē (Porter, Kramer, 1999). Autore piekrīt, ka filantropijas praktiķiem ir izšķiroša nozīme sekmīgā filantropijas organizācijas darbībā. Viņiem jāspēj ne vien plānot katra ziedojuma ietekmi, bet arī atainot to saziņā ar mecenātiem. Bez tam strauja ziedojumu apjoma palielināšanās var radīt ilūzijas, ka vairs tik ļoti nav jāpiepūlas, lai piesaistītu ziedojumus, kā arī mazināt atbildību pret ziedotājiem un padarīt paviršāku atgriezenisko saiti. Arī atkarība no viena vai vairākiem lielākajiem ziedotājiem ir bīstama. Autore ir vienisprātis, ka stratēģiskās nostādnes regulāri jāpārskata un jāpiemērojas aktuālajiem apstākļiem. Vismaz reizi gadā būtu jāveic filantropijas organizācijas darba kvalitātes novērtējums kvalitatīva ārpakalpojuma veidā.

Perovs (*Perrow*) pasvīturo, ka nozīmīgs korporatīvās filantropijas aspekts ir leģitimitāte, kuru nodrošina valsts politikas, īpaši uzsverot mijiedarbību starp ārējo un politisko leģitimitāti (Perrow, 1979).

Ikvienas valsts filantropijas politiku nosaka ne tikai sabiedrības pārstāvju dažādās motivācijas ziedot, bet arī likumdošanas aktu sviras, kas motivē uzņēmumus ziedot biežāk un vairāk. Svarīga ir arī saikne starp uzņēmumiem un sabiedrību. Uzņēmumu ideoloģija un simboliska uzvedība dāvinot var darboties kā uzņēmumu stratēģija, lai kontrolētu sabiedrisko domu par labu savam uzņēmumam. Kamenss (*Kamens*) formulējis 10 daudzfaktoru ietekmes:

- 1) lielākie uzņēmumi daudz biežāk ir gatavi veikt apjomīgus ziedojumus nekā mazie un vidējie uzņēmumi;
- 2) uzņēmumi, kuru īpašnieki paši nepiedalās uzņēmuma profesionālajā pārvaldes sistēmā, ziedo vairāk salīdzinājumā ar tiem uzņēmumiem, kurus pārvalda paši īpašnieki;
- 3) tie uzņēmumi, kuru produkts ir virtuāls, piemēram, vērtspapīru portfeļu pārraudzīšana, kas vairāk atbilst banku sektoram, ziedo vairāk un biežāk nekā tie uzņēmumi, kas ražo praktiskas lietas, piemēram, lauksaimniecības un rūpniecības uzņēmumi;
- 4) uzņēmumi, kuru klientūru veido vietējā sabiedrība, ir atvērtāki ziedošanai;
- 5) uzņēmumi, kuriem ir vairāk klientu un aptver plašāku teritoriju, ir devīgāki;
- 6) lielākās pilsētās uzņēmumu ziedojumus pamanīs mazāk, jo ir arī citi ziedotāji;
- 7) tajās valstīs, kurās darbojas lielāks skaits neatkarīgo mediju, korporatīvo ziedotāju

- skaits būs lielāks;
- 8) pilsētās, kurās dzīvo vairāk izglītotu cilvēku, uzņēmumu, kuri ziedo, ir vairāk nekā pilsētās ar zemāku iedzīvotāju izglītības līmeni;
  - 9) valstīs un pilsētās, kurās darbojas vairāk prestižu institūciju, atrodams lielāks uzņēmumu – ziedotāju skaits;
  - 10) ģimeņu stingri pārraudzīti uzņēmumi ziedo vairāk nekā pārējie. Nozīmīgs faktors ir uzņēmumu produkcijas iespējamajiem izraisītājiem kaitējumiem dzīvu būtņu veselībai (Kamens, 1985).

Šis pēdējais faktors pelnījis ģimeņu uzmanību, jo attiecas uz ģimeņu, neviennozīmīgi vērtējamu ziedotāju loku. Tā ir plaša, sazarota tēma, kurai vajadzētu veltīt atsevišķu pētījumu, tādēļ šobrīd autore tikai ieskicējusi tās nozīmību. Mailzs (*Miles*), Kamerūns (*Cameroon*) un Kofins (*Coffin*) atzīst – vairāki mazi ziedojumi lielākam skaitam organizāciju dod iespēju pārliecināt esošos un potenciālos klientus, ka tabakas kompānijas ir labdari un tām rūp sabiedrības vajadzības. Mūsdienās populāri kļuvušie ātro kredītu uzņēmumi arī būtu attiecināmi uz šo tēmu (Miles, Cameroon, Coffin, 1982).

Pētījumā “Corporate Philanthropy in the U.K. 1985–2000. Some Empirical Findings” īsumā pārskatītas teorijas, kuras skaidro korporatīvo ziedojumu fenomenu, un pēc tam sniegts pārskats par empīriskajiem jautājumiem, kas radušies iepriekšējos pētījumos šajā jomā. Tam seko secinājumi, kas iegūti, analizējot 1985.-2000. gadu ziedojumu datus visā Apvienotajā Karalistē. Kampbels (*Campbell*), Mūrs (*Moore*) un Metcgers (*Metzger*) nākuši klajā ar rezultātiem par labdarības ziedojumu pieaugumu laikā, kas tiek salīdzināts ar agrāku pētījumu, lai sniegtu pārskatu par 24 gadu ziedojumu dinamiku Lielbritānijā. Konstatējumi liecina par nelielu saistību ziedojumu monetārajai vērtībai attiecībā uz uzņēmumu ekonomiskajiem rādītājiem. Pētnieki veikuši arī salīdzinājumu ar ASV uzņēmumu tendencēm ziedot, un tas parāda, ka ASV uzņēmumi tradicionāli bijuši dāsnāki nekā Apvienotās Karalistes uzņēmumi, taču tendence ASV ir lejupejoša. Pierādīts, ka tie uzņēmumi, kuri ir Lielbritānijā bāzētā “desmitās tiesas” kluba (PerCent Club) biedri, uzrāda augstāku peļņu nekā tie, kas nav šā kluba biedri. Dalībnieku ziedojumu iemaksas proporcionāli pret peļņu ir lielākas, lai gan tās nav mazākas par 0,5% mērķa summu skaidrā naudā. Pētījuma noslēgumā pievienota īsa diskusija par šiem secinājumiem saistībā ar korporatīvās filantropijas teorētiskajām pozīcijām, piemēram, dāsnākiem uzņēmumiem darbinieki ir lojālāki, jo ar savu ikdienas darbu viņi netieši veicina uzņēmuma labklājību (Campbell, Moore, Metzger, 2002). Autore piekrist, ka uzņēmumu dalība dažādās apvienībās, asociācijās veicina filantropijas attīstības dinamiku, jo biedri savstarpēji dalās arī ziedošanas pieredzē.

Saja (*Saiia*), Kerols (*Carroll*) un Buholtcs (*Buchholtz*) norāda, ka gan zinātnieki, gan praktiķi novēro korporatīvās filantropijas virzību uz stratēģiski pārdomātu atbalstu, kas, piemēram, dod iespēju uzlabot uzņēmuma reputācijas stāvokli un dod labumu arī atbalstāmajam. Šajā pētījumā izmantoti to ASV uzņēmumu vadītāju aptaujas rezultāti, kuriem izveidota vismaz 5 gadu ziedošanas programma, kuras kopējais ikgadējais ziedojumu apjoms ir vismaz 200 000 dolāru. Dati liecina, ka uzņēmumu vadītāji uzskata, – viņu uzņēmumi filantropiskajā darbībā kļūst arvien stratēģiskāki. Secināts, ka institucionālā, uzņēmuma un individuālā līmeņa ietekme apvienojas, lai uzturētu stratēģisko filantropiju. Šie atklājumi apstiprina pārlicību, ka korporatīvās filantropijas raksturs attīstās, lai atbilstu konkurētspējīgākam tirgum (Saiia, Carroll, Buchholtz, 2003). Šī tendence var vienlaikus dot labumu biznesam un sabiedrībai, tādēļ stratēģisko filantropiju varētu raksturot kā korporatīvās sociālās atbildības vadītas uzvedības un korporatīvo finansiālo rādītāju “laimīgu laulību”. Svarīgi saprast, cik lielā mērā stratēģiskā pieeja, kas ar korporatīvās filantropijas starpniecību rada gan uzņēmējdarbības, gan sociālo ietekmi, iespējams izvērtēt šo komponentu sadarbību. Izmantojot izlasei Dova Džonsa Pasaules ilgtspējas indeksa (*Dow Jones Sustainability Index – DJSI World*) datus no 2006. līdz 2009. gadam, kuri iegūti par pasaules ilgtspējīgākajiem uzņēmumiem, pētnieki pārbauda stratēģiskās filantropijas modeli, kurā atkarīgais mainīgais ļauj vērtēt, vai uzņēmums mēra vai nemēra tā uzņēmējdarbības un sociālo ietekmi. Secinājumi



aplicina uzņēmuma pārstāvētās nozares un atrašanās vietas ietekmi, vai uzņēmumi praktizē stratēģisko filantropiju, savukārt stratēģiskās filantropijas ceļa izvēli ietekmē uzņēmuma rentabilitāte (Liket, Maas, 2016). Autore piekrīt, ka stratēģiskajai filantropijai ir sava vieta un loma filantropijas procesu attīstībā. Bažas rada tas, ka uzņēmumi, maskējoties zem korporatīvās filantropijas saukļiem, patiesībā vēlas vienīgi uzlabot konkurētspēju. Šādām korporatīvās filantropijas organizācijām vajadzētu liegt sabiedriskā labuma statusa sniegtās nodokļu atlaizu piemērošanas iespējas.

Pekorino (*Pecorino*) piedāvā modeli, kurā uzņēmums pats izvēlas, kādu peļņas daļu ziedot sabiedriskajam labumam. Patērētāji augstu vērtē šo sabiedriskā labuma iniciatīvu un ir gatavi maksāt vairāk, iegādājoties konkrētu produktu, šādā veidā veicot ziedojumu, lai atbalstītu sabiedrisko labumu. Uzņēmumi šo starpību, kas rodas no pārdotā produkta papildus radītās peļņas, novirza sabiedriskā labuma projektiem. Parasti tā ir fiksēta summa no konkrēta produkta cenas, kas tiek ziedota sabiedriskajam labumam. Pētnieks konstatējis, ka grūti prognozēt, kādā gadījumā uzņēmumam būtu izdevīgi ziedot fiksētu summu par pārdoto vienību vai procentus no peļņas, kas rodas, pārdodot produktu. Tie ir nedaudz lielāki vai vienādi ar provizorisko ziedojumu summu, ko veic par vienību. Darbības, ko varētu uzskatīt par korporatīvo sociālo atbildību, atbilst uzņēmuma peļņas maksimizēšanai. Turklāt nav acīmredzams, ka uzņēmums, kas ziedo daļu peļņas sabiedriskajam labumam, faktiski šajā procesā palielina tīro peļņu. Galvenie pieņēmumi šajā kontekstā: patērētāji augstu vērtē sabiedrisko labumu un saprot saikni starp savu pirkumu un sabiedriskā labuma pieaugumu. Pētījums apliecina, ka patērētāji ir gatavi maksāt uzcenojumu, ja kādas lietas iegāde saistīta ar sabiedriskā labuma nodrošināšanu. Tādēļ modeļa galvenie pieņēmumi ir ticami. Modelis liecina par diezgan plašu apstākļu klāstu, kādos uzņēmumi var pelnīt naudu, ziedojot daļu peļņas, kuru faktiski finansē patērētājs (Pecorino, 2016).

Bārts (*Burt*) apskatījis korporatīvās filantropijas tendences, analizējot sadarbības attiecības starp korporatīvo filantropiju un sabiedrību, kas līdzinās reklāmai, kura vērsta uz kāda produkta vai reklāmas tiražēšanu. Šo sadarbības attiecību stiprums tiek prognozēts, izmantojot tīkla definīciju par to, cik lielā mērā tirgus stimulē ekonomikas nozares korporācijas institucionalizēt attiecības ar cilvēkiem kā patērētājiem. Tika prognozēts, ka uzņēmumi, ziedojot filantropijas organizācijām, sagaida, ka filantropijas organizācija pateicībā par ziedojumu publiskā telpā slavinās ziedotāju – uzņēmumu, tādējādi, sabiedrība, uzzinot par ziedojumu, kļūs lojālāki attiecīgajam uzņēmumam un tā piedāvātos pakalpojumus vai preces. Faktiski noteiktā tirgus strukturālā ietekme uz uzņēmumu vajadzību izmantot ziedošanu kā pašreklāmu ir spēcīgāka nekā nodokļu atvieglojumu ietekme, kurus var piedāvāt filantropijas organizācijas ar sabiedriskā labuma statusu. Runāot par bieži vien saspringtajām attiecībām starp cilvēkiem un uzņēmumiem, Amerikas sabiedrībā korporatīvā filantropija piedāvā divkāršu gandarījumu. Korporatīvā filantropija, t.i., ziedojums no uzņēmumu labdarības aktivitātēm, nodrošina tiešu materiālu labumu, kas tiek gūts, uzlabojot sabiedrības veselību, veicinot izglītību un labklājību. Bērts konstatējis, ka vēl lielāks gandarījums ir zināt, ka korporācijas, kas uzskatāmas par racionālām institūcijām, kas vērstas uz peļņas gūšanu, nav darbojušās tikai savās interesēs. Bērts uzsver, ka korporatīvā filantropija ir izdevīgs korporatīvo ienākumu sadalījums. Tomēr vienlaikus tā ir sociāla vide, kurā sastopas sabiedrības un uzņēmumu intereses. Tādējādi korporatīvs lēmums veikt ziedojumus labdarībai sniedz uzņēmumiem gandarījumu (Burt, 1983). Autore nepiekrīt uzskatam, ka korporatīvajai filantropijai vienmēr piemīt abpusēja izdevīguma (angl. *win-win*) raksturs. Uzņēmumiem būtu godprātīgi jāmaksā par reklāmām pašiem, nevis tās jāiegūst, ziedojot filantropijas organizācijām, turklāt saņemot papildus priekšrocības – nodokļu atlaides. Ziedojumam savā būtībā jābūt nesavtīgam, tam nav jābūt saistītam ar pretpakalpojumu. Autoresprāt, korporatīvā filantropija tādējādi ievērojami kropļo filantropijas jēgu.

Šavs (*Shaw*) un Pousts (*Post*) apgalvo, ka korporatīvā filantropija ir pārāk svarīga kā sociāls instruments, lai tā būtu atkarīga no ētiskā egoisma, kad jāpieņem lēmums par iesaistīšanos tajā. Zinātnieki min empīriskus un juridiskus pierādījumus kā papildu atbalstu

savam pētījumam. Abi pētnieki akcentē, ka uzņēmējdarbība korporatīvā formā nav identificējama nošķirti no sabiedrības, jo sabiedrība bauda uzņēmēju radītos labumus gan kā uzņēmumi, gan kā korporatīvo fondu dibinātāji. Viņu publikācijā secināts: ne vienmēr personiska ieinteresētība būtu jāuzskata par negatīvu faktoru, jo ajcents liekams citur – sabiedrībai, kuras labā tiek veiktas sabiedriskā labuma darbības, tās ir jāuzskata par pozitīvu procesu (Shaw, Post, 1993). Autore tikai daļēji piekrīt šī pētījuma secinājumiem. Sabiedrība neapšaubāmi var gūt labumu no korporatīvo fondu sabiedriskā labuma darbībām. Tomēr uzņēmumi, kas šādus fondus dibina, pirmkārt, rūpējas par sava uzņēmuma tēlu, reputāciju un prestižu. Otrkārt, pateicoties šo korporatīvo fondu radītajam pozitīvajam tēlam, sabiedrība, iegādājoties preces vai pakalpojumus, izvēlas šī uzņēmuma piedāvājumu. Šie abi aspekti ir pretrunā ar filantropijas pamata definīciju, kas nosaka, ka ziedojumam jābūt nesavtīgam.

Pētījumā “Corporate Philanthropy, Criminal Activity, and Firm Reputation: Is There a Link?” apskatīta korporatīvo ziedošanas programmu ietekme uz saikni starp noteiktām korporatīvo noziegumu kategorijām un korporatīvo reputāciju – uzņēmumiem, kas pārkāpj likumu normas, būtu jāapzinās reputācijas pasliktināšanas, savukārt to uzņēmumu reputācijai, kuri atbalsta labdarības projektus, būtu jāuzlabojas. Pētījuma rezultāti apstiprina abus uzstādījumus. Tādējādi, lai gan uzņēmuma reputācija var mazināties, pārkāpjot dažādus valdības noteikumus, reputācija var kristies krietni mazākā mērā, ja tiek veikti labdarības ziedojumi (Williams, Barrett, 2000). Autore piekrīt, ka reputācijai piemīt svarīga, pat izšķiroša loma sekmīgā uzņēmumu darbībā. Uzņēmumi, kuru darbība saistīta ar azartspēlēm, ieroču, tabakas izstrādājumu tirdzniecību, vai nu veido savus korporatīvos fondus, vai atbalsta filantropijas organizācijas. Šādi precedenti atrodami arī Latvijā, piemēram, “Japanese Tobacco International” jau kopš 2008. gada atbalsta Latvijas Universitātes fonda projektu “Latvijas Universitātes senioru integrācija modernā sabiedrībā” ar ikgadēju 7 000 eiro ziedojumu (Kundziņa, 2016).

Lielākā daļa uzņēmumu sociālo atbildību apliecina, dibinot nodibinājumus saskaņā ar likumu “Par biedrībām un nodibinājumiem”. Šādai rīcībai ir vairāki iemesli: administratīvu un finansiālu procesu organizēšana atsevišķas organizācijas ietvaros: veidojot uzkrājumus; iegūstot finansiālu drošību gadījumā, ja uzņēmums kādu gadu piedzīvos peļņas kritumu. Šādiem fondiem ir atsevišķi zīmoli, kas sabiedrībai tikai attālināti vai pastarpināti atgādina par uzņēmumu. Ja uzņēmumam nav labas reputācijas, tad uzņēmuma veidots fonds, kas īsteno sabiedrībai nozīmīgus projektus, ļauj nodrošināt, lai uzņēmuma reputācija nepasliktinātos vēl vairāk, vai pat panākt uzlabojumu. Uzņēmumi dibina fondus, lai demonstrētu sabiedrībai savu labklājību, līdz ar to iedrošinātu cilvēkus iegādāties šī uzņēmuma piedāvātās preces vai pakalpojumus. Uzņēmumu dibinātie fondi sekmīgāk izmanto jaunās tehnoloģijas un progresīvos komunikācijas modulūkus saziņā ar sabiedrību, jo bieži vien pielieto paša uzņēmuma lietotās metodes, kas balstītas peļņas gūšanā, tātad, paņēmienu ar augstu efektivitātes koeficientu (Kundziņa, 2016).

Uzņēmumu dibinātie fondi statūtos paredzēto mērķu realizēšanai līdzekļus saņem ziedojumu veidā no uzņēmuma, kurš dibinājis šos fondus – tā ir visu uzņēmumu dibināto fondu prakse. Lielākā daļa šo uzņēmumu aicina arī savus klientus un partnerus ziedot uzņēmuma dibinātajam fondam, lai atbalstītu fonda programmas. Šajā gadījumā fonds faktiski darbojas kā uzņēmuma nodaļa, kura atbildīga par korporatīvās filantropijas budžetu. Ir uzņēmumi, kas ziedo savam fondam līdzekļus, kuri jānogulda neaizskaramajā pamatkapitālā, lai uzņēmuma ikgadējās peļņas daļu novirzītu fonda programmām. Uzņēmums novirza daļu peļņas kapitāla izveidei un to investē, savukārt nopelnītos procentus izmanto labdarības programmu īstenošanai. Šādiem fondiem parasti raksturīgi pārdomāti mērķi un rūpīgi plānotas finanšu plūsmas. Visi fondi, kurus Latvijā pētījuma veikšanas laikā bija dibinājuši uzņēmumi (Latvijas Mobilā Telefona (LMT) fonds; Latvijas Finieris fonds; Swedbank fonds; Lattelecom fonds (Tagad Tet); Aldaris fonds; SEB bankas fonds; Rimi Latvia fonds; Nordea banka (tagad Luminor); Latvenergo; Grindeks), atbalsta izglītību, ziedojot augstskolu fondiem, jo tikai tiem ir tiesības izmaksāt stipendijas (Kundziņa, 2016).

## 1.6. Filantropijas praktiķu uzdevumi un loma ziedojumu piesaistē/ *The role of philanthropic practitioners in fundraising*

Filantropijas praktiķi ir filantropijas organizāciju darbinieki, kuru darba pienākumos ietilpst darbs ar esošajiem un potenciālajiem mecenātiem, pastāvīga sadarbība ar ziedotājiem, filantropijas organizāciju darbības caurspīdīguma un atgriezeniskās saiknes nodrošināšana, ziedošanas kampaņu stratēģiju izveide un to realizācija, kā arī sinerģiskas sadarbības veidošana ar augstskolām, lai izvērtētu augstskolu vajadzības un formulētu atbalstāmās prioritātes, ko piedāvāt esošajiem un potenciālajiem mecenātiem. Ziedojumu piesaistes komandai – filantropijas praktiķiem, kuru darbs veltīts tikai un vienīgi ziedojumu piesaistei, ir nozīmīga loma ziedojumu piesaistē. Vispareizāk tādu veidot tad, kad apstākļi spiež piesaistīt ziedojumus (Hall, 1992). Filantropijas kultūra jāveido pārdomāti un pakāpeniski, iesaistot tajā arvien lielāku pilna laika darbinieku skaitu (Hall, 1992). Ziedojumu piesaistes procesā īpaši nozīmīgs ir attiecību veidošanas process, lai kā potenciālie, tā esošie mecenāti būtu labi informēti par pašreizējiem projektiem un vajadzībām. Tieši tāpēc ziedojumu piesaistes komandām jāorganizē dažādi pasākumi potenciālajiem un esošajiem mecenātiem (Hall, 1992). Vispirms jāizvirza ambiciozi mērķi un, lai tos realizētu, jāievēro 3 pamatprincipi attiecību veidošanā: (1) mecenāts vienmēr ir pirmā, vissvarīgākā persona; (2) Jāstrādā tā, lai par katru iztērēto dolāru, kas tiek izdots ziedojumu piesaistei, ieskaitot personāla algas, kā arī administratīvās un reprezentācijas izmaksas, jāpiesaista vismaz 2 dolāri (Hall, 1992); (3) nekad neaizmirst pateikties mecenātiem un brīvprātīgajiem. Viņiem pastāvīgi jāsaprot, cik tie ir nozīmīgi izpilddirektoram personīgi (Hall, 1992).

Esošajiem un potenciālajiem mecenātiem jāpiedāvā projekti, kas pārspētu esošos sasniegumus (Fransen, 2007).

Pilsoniskās līdzdalības un aktīvos balstītas kopienas attīstības pētniece, profesore Butterfilda (*Butterfield*) norāda ka, uzsākot projektos balstītu sadarbību ar mecenātu, filantropijas organizācijām vispirms jāpaveic četri uzdevumi:

- 1) jāveic esošo vajadzību audits. Jāpārskata projektu mērķi, uzdevumi, īstenošana, esošās situācijas raksturojums, potenciālās tiešās un netiešās mērķauditorijas, projekta galvenās aktivitātes, pasākumi un budžets. Cik lielu daļu no budžeta veidos algu fonds? Daudzi ziedotāji pieņem, ka rodas arī neparedzētie izdevumi 10-15% robežās no projekta kopējā budžeta.
- 2) jāpārskata esošo mecenātu datu bāze. Kurš no viņiem varētu vēlēties atbalstīt kādu no projektiem? Kurš būtu gatavs savam ikgadējam ziedojumam pievienot vienreizēju ziedojumu kādam projektam? Kurus no potenciālajiem topošajiem mecenātiem vērts uzrunāt, aicinot atbalstīt kādu no projektiem?
- 3) jāizpēta esošo vai potenciālo mecenātu intereses, pirms tos uzrunā. Vai viņu uzņēmumiem ir kādas vadlīnijas, kas nosaka, ko tieši viņi jau atbalstījuši un ko vēlētos atbalstīt turpmāk? Jāizvērtē, vai sagatavotie projekti atbilst filantropijas organizāciju misijai un mērķiem? Projekti jāsakārto pēc prioritātes, lai filantropijas praktiķi piedāvātu mecenātiem atbalstīšanai tos projektus, kuriem ir redzamāka ietekme uz augstskolas studiju vidi un pētniecības kvalitāti.
- 4) jāsaprot skaidri sapticama informācija esošajiem un potenciālajiem mecenātiem. Jābūt gataviem atbildēt uz jautājumiem un veikt izmaiņas iesniegtajos projektos, lai filantropijas organizācijas vajadzības pēc iespējas labāk saskanētu ar potenciālā mecenāta vēlmi atbalstīt kādu konkrētu projektu. Sarunās jābūt patiesiem un godīgiem, jo maldināšana var kļūt par iemeslu, kāpēc esošais vai potenciālais mecenāts pārtrauc ziedot (Butterfield, 2010).

Promocijas darba autore pilnībā piekrīt, ka četri pētnieces formulētie nosacījumi noteikti jāizpilda, pirms tiek uzsākta sadarbība ar mecenātiem. Filantropijas praktiķiem jāsaprot mājadarbs, lai sarunās varētu bez kavēšanās kvalitatīvi atbildēt uz mecenātu uzdotajiem jautājumiem.

Drezners (*Drezner*) un Gupta (*Gupta*) pētījumā “Busting the Myth: Understanding Endowment Management at Public Historically Black Colleges and Universities” apskatījuši augstskolu ziedojumu, it sevišķi neaizskaramo pamatkapitālu, administrēšanas kvalitāti. Apgalvojumi un pieņēmumi par nesaimniecisku pārvaldi vēsturiski augstskolās bijuši vērojami kopš to darbības sākuma un ir aktuāli arī šodien. Izmantojot 18 gadus iegūtos datus par 1991.–2008. gadu, kas ievākti ASV no 249 augstskolām 46 štatos (datu avots – Post Secondary Education Data System (IPEDS)), pētījumā veikta paneļa datu regresijas analīze. Konstatēts, ka iepriekš saņemtie ziedojumi, kas veido neaizskaramos pamatkapitālus, ietekmē apgrozāmos līdzekļus. Lai gan neaizskaramos pamatkapitālus nedrīkst tērēt, daļa neaizskaramo pamatkapitālu parasti tiek izlietota, bet daļa – reinvestēta. Abi pētnieki novērojuši, ka iepriekšējā gadā saņemtais ziedojums kā neaizskaramais pamatkapitāls sekmējis augstskolu fondu izaugsmi. Neaizskaramie pamatkapitāli, tāpat kā bagātība, rada iespēju. Turklāt neaizskaramo pamatkapitālu administrēšanas politikai jābūt balstītai principā, ka izmaksas var veikt tikai no peļņas. Neaizskaramie pamatkapitāli papildina viens otru, tādēļ šī ir iespēja augt un nodrošināt augstskolu fondu darbību mūžīgi (Drezner, Gupta, 2012). Autore piekrīt, ka augstskolu fondu darbs ar ziedotājiem, lai iegūtu ziedojumus neaizskaramo pamatkapitālu veidošanai, nodrošina rezultātu ilgtermiņā. Autore nepiekrīt apgalvojumam, ka lielāks un daudzskaitlīgāks šādu neaizskaramo pamatkapitālu portfelis padara augstskolas fondu proporcionāli nodrošinātāku. Augstskolu fondiem ir kapitālu ieguldījumu stratēģijas. Šīm stratēģijām jābūt pamatā konservatīvām, citādi fonds var zaudēt uzticību ziedotāju acīs, veicot riskantus darījumus un zaudējot ziedoto naudu.

Savukārt Lašers (*Lasher*) un Kuks (*Cook*) pētījumā “Toward a Theory of Fund Raising in Higher Education.” apgalvoja, ka ziedojumu vākšanai bijusi nozīmīga loma Amerikas augstākās izglītības vēsturē, un tā jau sen bijusi viens no galvenajām augstskolas vadītāja uzdevumiem. Mūsdienās ziedojumu piesaistīšana sniedz atbalstu lielākam augstākās izglītības jomu skaitam nekā jebkad agrāk, un no augstskolu vadītājiem arvien lielākā mērā tiek gaidīts vai pat tiem prasīts aktīvi iesaistīties ziedojumu vākšanā un uzraudzīt ziedojumu administrēšanas procesus. Pētnieki divu gadu garumā intervēja 50 augstskolu vadītājus un ievāca datus par ziedojumu kampaņu norisēm. Pētnieki identificēja galvenos mainīgos lielumus vai priekšnoteikumus, kas nosaka ziedojumu vākšanas rezultātus, kā arī formulēja teorētiskus modeļus, kas izskaidro ziedojumu vākšanas procesa soļus un augstskolas vadītāja nozīmi ziedojumu piesaistē augstākajā izglītībā (Lasher, Cook, 1996).

Turpretī Dilvorts (*Dilworth*) un Slūps Hencls (*Sloop Henzl*) aplūkojuši pētījumā “Successful fundraising for the academic library: philanthropy in higher education” filantropijas praktiķu un augstskolas administrācijas mijiedarbību, kā arī mijiedarbību starp ziedotājiem un abām iepriekšminētajām grupām. Grāmata sniedz informāciju, kas attiecas uz visiem, kuri ar ziedojumu starpniecību vēlas atbalstīt programmas, kas ļauj uzlabot mācību vidi un infrastruktūru. Pētnieki veica gadījuma izpēti, apskatot kādas augstskolas bibliotēkas ziedojumu piesaistes tendences. Viņi apgalvo, ka augstskolu bibliotēku krājumu bagātība padara ceļu ziedotāju piesaistīšanai dzīvotspējīgu, un tas izpaužas visās augstākās izglītības ziedojumu vākšanas akadēmiskajās jomās. Proti, augstskolu bibliotēkas tiek uztvertas kā augstskolu dārgumu krātuves, tas ziedotājos vieš cieņu un bijību. Abi pētnieki norādīja, cik svarīgas ir sadarbībā balstītas attiecības starp ziedotājiem, augstskolas vadītājiem un filantropijas praktiķiem, kā arī labuma saņēmējiem. Tiek ieskicētas stratēģijas, kuru rezultātā dažāda lieluma augstskolas bibliotēku projekti guvuši panākumus ziedojumu piesaistē (Dilworth, Sloop Henzl, 2017). Autore piekrīt, ka augstskolu bibliotēkām piemīt simboliska nozīme, tās ir iemesls lepnumam un stiprina pārliecību par nepieciešamību atbalstīt augstskolu. Iespējams, neliela ekskursija augstskolas bibliotēkā mudinās potenciālo ziedotāju pieņemt labvēlīgu lēmumu ziedojuma piešķiršanai augstskolas projektiem, kaut arī tie varbūt nemaz nav paredzēti tieši augstskolas bibliotēkas atbalstam.

Salerno (*Salerno*) konstatējis, ka pieejams bagātīgs pētījumu klāsts, kas izgaismo to, kā globalizācija un internacionalizācija veido augstākās izglītības sistēmas un to iestādes. Pētījumā

aplūkots, kā augstskolas attīstās, mērot šo attīstību pēc principa “augstskolas darbības kvalitātes attiecība pret ziedojumu apjomu”. Zinātnieks apskatījis šo praksi četrās reprezentatīvās sistēmās: Anglijā, Vācijā, Jaunzēlandē un ASV, Pensilvānijas štatā. Pieejamie dati liecina, ka sistēmās, kurās pastāv bažas par kvalitāti, ziedojumu apjoms nav tik liels kā tajās sistēmās, kurās valda pārliecība par augstskolu pakalpojumu kvalitāti (Salerno, 2004). Autore piekrīt, ka augstskolai vispirms jā rūpējas par tās sniegto pakalpojumu kvalitāti. Neapšaubāmi, ziedotājs nevēlēsies ar ziedojumu atbalstīt projektus un studentus, kuru panākumi un sekmes ir zemi. Augstskolu vadības un augstskolu fondu pārliecība par augstskolu pakalpojumu kvalitāti rosina arvien jaunus mecenātus pievienoties veiksmes stāstam.

21. gadsimtā augstākā izglītība tiek uzskatīta par plaukstošu valstu ekonomikas nozari. Ņemot vērā spēcīgo konkurenci augstākās izglītības nozarē, augstskolām jāklūst orientētām uz tirgu un jāievieš jauninājumi studijuursos, pasniegšanas metodēs un studentu atbalsta pakalpojumos. Līdz ar to tās varētu apmierināt arvien lielākas cerības attiecībā uz izglītības kvalitāti un atbalsta pakalpojumiem. Šī pētījuma galvenais mērķis bija izpētīt gan tirgus orientācijas, gan tā ietekmi uz inovācijām augstākās izglītības iestādēs. Šis pētījums apkopoja datus, kas tika iegūti no 270 vadītājiem un kursu koordinatoriem, kuri strādāja Šrilankas augstskolu fakultātēs un to skolās. Pētījumam ir vairāki piesešumi: tirgus orientācijas daudzveidība būtiski un pozitīvi ietekmē inovācijas augstākās izglītības iestādēs. Šis pētījums tika veikts piemērojot to no tirgus orientācijas un klientu orientācijas perspektīvas. Pētījuma rezultātā tika mainīti studiju kursu komponentes, lai tie atbilstu augstākās izglītības kontekstam. Secinājumos tika sniegti vairāki praktiski priekšlikumi augstskolu administrācijai un docētājiem attiecībā uz nepieciešamajiem jauninājumiem studijuursos, pasniegšanas metodēs un atbalsta pakalpojumos (Vaikunthavasan, Jebarajakirthy, Shankar, 2019). Autore uzskata šo pētījumu par fundamentālu, jo tajā iesaistīts ievērojams respondentu skaits – 270 respondenti. Pētījuma praktiskā daļa liecināja, ka tikai konkrēti norādīt, kādi uzlabojumi veicami, iespējams panākt uzlabojumus augstskolu darba kvalitātē.

Benets (*Bennett*) norāda, ka jebkurai profesijai, nodarbei ir visbiežāk lietotie atslēgvārdi. Filantropijas kultūras kontekstā tie ir “jautāt”, “izredzes”, “klusā fāze”. Katrai augstskolai jāveido filantropijas kultūra. Ikvienam – no augstskolas rektora līdz pat studentiem – jāsaprot, ka filantropija ir būtiska augstskolai un katrs ir iesaistīts ziedojumu vākšanas procesā, ikvienam ir sava noteikta loma. Augstskolām ievērojami jāuzlabo izvēlētais stratēģijas. Šajā rakstā autors norādīja, – lai veidotu filantropisku kultūru, jāiesaista ikviens pašreiz strādājošais augstskolas pilsētiņas kopienas loceklis (Bennett, 2013). Autore uzskata, ka pieeja, kas aptver plašāku filantropijas kultūru veidojošu grupu – visus aktīvos augstskolas kopienas locekļus – ir nozīmīga finanšu un cita atbalsta piesaistes kontekstā par spīti tam, ka tā prasa lielākus resursus sagatavošanās fāzē, lai izveidotu filantropijas tradīciju kultūru, jo ilgtermiņā šādi pieejai noteikti ir lielāka atdeve.

Lai veidotu sekmīgākas ziedojumu piesaistes kampaņas, nepieciešams filantropijas speciālistiem sniegt padziļinātas izglītības iespējas. Mirabella (*Mirabella*) secinājusi, ka laika posmā no 1996. gada līdz 2006. gadam par 25% palielinājies to studiju programmu skaits, kas domātas absolventiem tālākizglītības programmu ietvaros par nevalstisko organizāciju vadību. Profesionāļu vadītās nevalstiskās organizācijas vairumā gadījumu spēj organizēt sekmīgākas ziedojumu vākšanas kampaņas (Mirabella, 2007). Autore piekrīt, ka, jo kvalificētāki ir ziedojumu piesaistes speciālisti, jo sekmīgākas būs ziedojumu vākšanas kampaņas. Ziedojumu vākšanas komandas speciālistiem jābūt ar līdzīgu izglītības līmeni, lai tie spētu veidot sinerģisku sadarbību.

Sekmīgai ziedojumu piesaistei nepieciešami zinātniski pētījumi, kurus veic kvalificēti pētnieki. Brilljants (*Brilliant*) norāda, ka pirmā filantropijas pētnieku asociācija radās 1971. gadā, kad tika nodibināta organizācija “Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action” (ARNOVA). Šādu profesionāļu apvienību veidošana ir nozīmīga ne vien pētniecisko rezultātu sekmīgai izplatīšanai, bet arī tādēļ, lai kopīgiem spēkiem varētu valdībai skaidrot labdarības organizāciju intereses un panākt labvēlīgāku nodokļu atlaistu

piemērošanu. Filantropijas pētnieku darbs palīdzēja veidot pozitīvas tendences sekmīgākām ziedojumu piesaistes kampaņām (Brilliant, 2000). Autore piekrīt, ka dalība profesionālās filantropijas pētnieku asociācijās sniedz vairākas pievienotās vērtības, tai skaitā sekmē jaunu kontaktu veidošanu ar citiem profesionāļiem, jaunu zināšanu apguvi filantropijā, profesionālas atgriezeniskās saņemšanu filantropijas pētījumiem, jaunu, kopīgu projektu veidošanu filantropijas pētniecībā.

Kaca (*Katz*) pētījumā “Where did the serious study of philanthropy come from, anyway?” sniegts īss pārskats par sistemātisku filantropijas jomas akadēmiskās pētniecības vēsturisko attīstību, apskatīti institucionālie faktori (filantropijas jomā, universitātēs un starp finansēšanas aģentūrām), kas noteikuši filantropijas pētniecības pašreizējo raksturu. Visbeidzot, tajā norādīts uz dažām no galvenajām problēmām filantropijas kā pētniecības jomas turpmākajā attīstībā. Īpaši tas attiecas uz problēmām, kas saistītas ar pētnieku un filantropijas praktiķu sadarbību. Pētnieks secinājis, ka filantropijas izpētes attīstībā paveikts ļoti daudz, kā paraugu minot vairākus nozīmīgus pētniekus un viņu darbu. Viņš uzsver, ka dažas no galvenajām problēmām vēl nav sākti risināt, piemēram, tās, kas saistītas ar nozares institucionālo definīciju un sistemātisku datu vākšanu, kas raksturotu augstskolu fondus (Katz, 1999). Vērtējot nozares attīstību no minētā pētījuma sagatavošanas laika, jāņem vērā, ka nozare strauji attīstījusies un, lai arī nesistemātiski, tomēr tiek veikta datu vākšana kā par ziedojumiem, tā mecenātiem. Autore piekrīt, ka filantropijas pētniekiem un praktiķiem jāsadarbojas, lai varētu rasties pilnvērtīgāki pētījumi, kuru rezultāti būtu ne vien teorētiski pamatoti, bet arī praktiski varētu kalpot ziedojumu piesaistes speciālistiem ikdienas darbā. Autore uzskata, – ja filantropijas pētnieks saņemtu no filantropijas praktiķiem konkrētas ievirzes pētījumu mērķu definēšanā, kas balstītos filantropijas praktiķu vajadzībās, atgriezeniskā saite būtu pozitīva.

Vebers (*Weber*) un Vitkovskis (*Witkowski*) saista izglītības attīstību par nevalstisko sektoru, kura daļa ir arī filantropijas organizācijas, ar nevalstiskā sektora vēsturiskajām pārvērtībām. Pastāv uzskats, ka nevalstiskā sektora profesionalizācija novedusi pie tā, ka studiju programmās par filantropiju un nevalstisko sektoru šobrīd uzsvars tiek likts uz ekonomiskajām pieejām un snieguma pārvaldību. Būtu jābūt arī pieejām, kas spēj aptvert filantropijas vēsturiskās, ētiskās/morālās un politiskās funkcijas. Pētnieki piedāvāja virkni soļu, kas varētu palīdzēt izglītības programmām par nevalstisko sektoru risināt strauji mainīgās problēmas sektorā un sagatavot nevalstisko organizāciju līderus 21. gs. Raksta mērķis bija uzsākt dialogu par nevalstiskā sektora izglītības nākotni, kurai vajadzētu sagatavot nākamos NVO līderus, lai runātu par filantropijas attīstības iespējām (Weber, Witkowski, 2016). Šī pētījuma autore piekrīt, ka ciešs dialogs starp filantropijas pētniekiem un filantropijas praktiķiem ir svarīgs, turklāt studiju programmas par filantropiju nedrīkstētu pārlieku koncentrēties tikai uz ekonomiskajām pieejām un snieguma pārvaldību. Filantropijas praktiķiem nepieciešamas arī zināšanas par filantropijas vēsturi, ētiku un morāli. Savukārt studiju programmas nedrīkst būt atrautas no reālās dzīves.

Kaboni (*Caboni*) pētījis to, kā iestādes izmanto datus, lai stiprinātu brīvprātīgu atbalstu, ziedotāju uztveres ietekmēšanu un to, kā organizācija kalpo par vidutāju, no vienas puses, ņemot vērā ziedotāja īpašības, no otras – šo īpašību ietekmi uz ziedojuma veikšanu. 2010. gadā veiktajā pētījumā analizēta augstskolu fondu ziedojumu vākšanas normatīvā struktūra četru gadu garumā. Pētnieks ieguvis datus no 803 filantropijas praktiķu aizpildītajām anketām, kas apstrādātas ar SPSS metodi. Pētnieks identificē trīs nepieņemamus uzvedības modeļus un sešus normatīvus uzvedības modeļus, kam varētu piemērot tikai aizrādījumu. Turklāt tika pētīta individuālo un organizatorisko īpašību ietekme uz ziedojumu dinamiku un apspriestas šīs ietekmes radītās sekas. Viņš norādījis, ka liela loma ir sistēmas radīšanai, lai filantropijas praktiķi paši regulētu savu profesionālo uzvedību. Profesionālo normu kopuma pastāvēšana ir garants, lai vēl vairāk tuvinātos profesionalizācijai. Saistībā ar sešiem uzvedības modeļiem, kuru pielietojums vēl jāizvērtē, pētnieks uzskatīja, ka tie nav kategoriski nepieņemami. Tie ir komisijas atlīdzībā balstīta ziedojumu piesaiste; negodīga uzmākšanās; manipulācija ar ziedotāja jūtām; savas profesionālās pieredzes pārspīlēšana; nevērīga attieksme pret

augstskolas un fonda misiju; nepamatota solījumu nepildīšana (Caboni, 2010). Autore piekrīt, ka visi trīs pētījuma secinājumos minētie nosacījumi veiksmīgai ziedojumu piesaistei ir svarīgi un būtu jāievēro: filantropijas praktiķi nedrīkst ļaunprātīgi izmantot administratīvos resursus saviem personiskajiem mērķiem; filantropijas praktiķiem jā rūpējas par viņu vadītā augstskolas fonda reputāciju, pašam filantropijas praktiķim jābūt ar izcilu reputāciju un izcilai reputācijai jāpiemīt gan augstskolu fondu komandai, gan darbiniekiem, gan valdei. Arī labuma saņēmējiem jābūt apveltītiem ar izcilu reputāciju – kā stipendiātiem un pētniekiem, kas īsteno dažādus pētniecības projektus, tā augstskolu administrācijai, kas, pateicoties augstskolu sarūpētajiem ziedojumiem, var realizēt infrastruktūras uzlabošanas projektus. Trešais nosacījums – ziedojumi jāizlieto atbilstoši to mērķiem. Filantropijas praktiķis nedrīkst patvarīgi mainīt ziedojumu izlietojumu, novirzot tos citam mērķim. Savukārt augstskolu fondu valde arī nedrīkst pieņemt lēmumus, kas pārkāptu šo nosacījumu. Autore uzskata, ka arī visi tie nosacījumi, kuriem Kaboni (*Caboni*) piemēroja aizrādījuma statusu, drīzāk būtu uzskatāmi par “kategoriski nepieņemamiem”. Augstskolām un tās fondiem jā rīkojas tā, lai neciestu ne augstskolu, ne fondu reputācija.

Apskatot saikni starp filantropiju augstskolu atbalstam un valsts ietekmi uz to, Sung (*Sung*) savā pētījumā par situāciju Ķīnā norādījis, ka tur valsts izglītība jau sen tiek uzskatīta par daļu sociālās drošības tīkla, bet šis drošības tīkls vairs nav pietiekams mūsdienu augstākās izglītības vajadzībām. Nesenā pasaules ekonomikas lejupslīde (2008. gada globālās finanšu krīzes ietekme), pieaugošās augstākās izglītības darbības izmaksas, studējošo skaita samazināšanās un valsts budžeta nepietiekams finansējums augstskolām mudina augstskolu fondus rīkoties daudz enerģiskāk. Šajā pētījumā tika izvēlēta augstskola Āzijas un Klusā okeāna reģionā, lai novērtētu tās īstenoto ziedojumu vākšanas praksi, stratēģiju, atgriezenisko saiti ar ziedotāju un labuma saņēmēju, ziedojuma administrēšanas caurspīdīgumu. Šī universitāte ir viena no nedaudzajām iestādēm reģionā, kas veiksmīgi uzsākusi ziedojumu vākšanas praksi. Pētījumā konstatēts, ka svarīgs solis ir izveidot profesionālu piesaistes praktiķu biroju ar atbilstošu atbalsta personālu. Vēlams, lai komandā būtu pārstāvēti darbinieki no uzņēmējdarbības nozares un citiem sektoriem, kas atrodas ārpus akadēmiskās pasaules. Īpaši jāuzsver, ka būtu jā piedāvā un aktīvi jārosina apmeklēt seminārus un darba apmācību. Augstskolas fondam jānosaka skaidrs ziedojumu vākšanas mērķis un jā rūpējas par spēcīgām mārketinga un komunikācijas prasmēm, jāizprot savi produkti, akadēmiskās vajadzības un jāspēj veidot sociālos tīklus. Sung secina, ka, pirmkārt, svarīgi, lai politikas veidotāji izstrādātu nodokļu atlaižu politiku un veidotu vidi, kas ziedotājiem nerada kavēkļus un šķēršļus. Otrkārt, augstākās izglītības politikas veidotājiem un augstskolu fondu vadītājiem, kas organizē labdarības akcijas, būtu jāsaprot, ka valdības finansējuma samazināšanās ne vienmēr palīdz piesaistīt ziedotājus. Piemēram, kopš 2018. gada Japānas valdība mudinājusi novērtēt ziedojumus neaizskaramajam pamatkapitāla veidošanai un uzturēšanai valsts dibinātajām augstskolām un veidojusi sistēmu, kas ļauj augstskolām viegli uzturēt un saglabāt neaizskamos pamatkapitālus. Savukārt ASV nodokļu atlaižu politika pēdējā laikā pavirzījies pretējā virzienā, jo 2017. gada likums par nodokļu samazinājumiem un darbavietām, mazināja stimulus, kas rosinātu ziedot (Sung, 2014). Šajā kontekstā autore vēlas pasvītrot, ka nepieciešama regulāra augstskolu fondu ziedojumu vākšanas prakses analīze, gluži tāpat jāveic arī stratēģijas, atgriezeniskās saites ar ziedotāju un labuma saņēmēju analīze, kā arī ziedojuma administrēšanas caurspīdīguma analīze. Augstskolu fondu biroja komandai jābūt veidotai no izciliem profesionāļiem, kuriem ir pieredze, piemīt izteikta atvērtība jauniem izaicinājumiem. Jāpiekrīt, ka to valstu valdības, kuras ar ziedotājiem labvēlīgu nodokļu atlaižu politiku rosina vēlmi ziedot augstskolu fondiem, rīkojas tālredzīgi.

Turpmāk pētījumā autore analizē tehnikas un metodes, kuras jāpārvalda filantropijas praktiķiem, tai skaitā:

- empātijā balstīta komunikācijas stratēģija;
- paaugstinātās līdzatbildības mehānisms;
- ziedotāja uzticības iekarošana pirms aicinājuma ziedot;

- potenciālo nākotnes ziedotāju lojalitātes nodrošināšana pirms aicinājuma ziedot (studentu iesaiste mūžorganizācijās studiju laikā vai potenciālo ziedotāju iesaiste brīvprātīgā darbā organizācijā);
- ziedotāju segmentācija un attiecīgi dažādotas kampaņas, kas mērķētas katrai grupai;
- ziedojumu pieņemšanas un izlietojuma caurspīdīguma nodrošināšana;
- līdzziedojumu prakse.

Pētījumos, kas veikti 20. gs. 90. gados (Howard, 1990) apskatīta īpaša, empātijā balstīta komunikācijas stratēģija (angl. *foot-in-the-mouth effect*). Šī stratēģija paredz, pirmkārt, parūpēties, lai otra persona (šajā gadījumā, potenciālais ziedotājs) justos labi un iepatīkies tai, uzdodot jautājumus, kas pauž rūpes un interesi. Pēc tam uzmanīgi un empātiski uzklausi šīs personas atbildi, atzīt, ka tās uzskati ir pamatoti. Tikai tad vajadzētu izteikt savu lūgumu. Mērķis ir sarunas gaitā izveidot saikni ar sarunasbiedru (šajā gadījumā – ziedotāju), kas stiprina uzticību un palīdz uztautāt kopīgu sarunasbiedru identitāti. Šī pieeja varētu palielināt potenciālo ziedotāju atsaucību. Atbilstoši šai pieejai, ja cilvēkam uzdotu jautājumu, kā viņš jūtas, un sagaida atbildi uz šo jautājumu, var sagaidīt lielāku atsaucību un atbalstu sekojošajam lūgumam nekā tad, ja jautājuma uzdevējs nesagaida atbildi vai arī šāds jautājums vispār netiek uzdots. Šī pieeja tiek pielāgota tieši filantropijas veicināšanas metodikai. Pētījumā šis atsaucības efekts tika skaidrots ar konsekvences teoriju: potenciālie ziedotāji, visticamāk, atsauksies lūgumam un ziedos mērķim, ja persona, kas aicina ziedot – filantropijas praktiķis, vispirms pajautā potenciālajam ziedotājam, kā viņš jūtas, un tikai tad, kad sagaidīta potenciālā ziedotāja atbilde, turpina sarunu par ziedojumu. Onela (*Aunel*) un Bazila (*Basil*) pētījumā noskaidrots, ka potenciālais ziedotājs uzvedas saskaņā ar savu publisko tēlu, piemēram, ja potenciālais ziedotājs, kas saņēmis aicinājumu ziedot, ir sabiedrībā zināma persona, viņš, visticamāk, negribētu, lai atteikuma gadījumā par viņu publiskajā telpā sāktu klīst ziņas, ka viņš atteicies atbalstīt labu mērķi. Pētījumā izmantotas dažādas pieejas, tostarp komunikācijas pieeja, kas ļāva manipulēt ar potenciālā ziedotāja līdzatbildību ziedojuma mērķa sasniegšanā ar potenciālā ziedotāja ziedojumu, uzliekot potenciālajam ziedotājam attiecību saistības. Rezultātā atbalsta līmenis bija augstāks nekā parasti. Kā otrā metode pētījumā apskatīts paaugstinātās līdzatbildības mehānisms. Rezultāti liecina: lai gan abas pieejas radīja pozitīvāku saiti starp filantropijas praktiķi un potenciālo ziedotāju, tomēr manipulācija ar potenciālā ziedotāja līdzatbildību nesa labākus rezultātus. Pētnieki arī konstatēja, ka attiecības starp cilvēkiem rada pienākuma sajūtu pat tad, ja mijiedarbība ir īslaicīga. Pētījumā apstiprināta komunikācijas pieejas pamatotība un efektivitāte. Abi zinātnieki turpināja izpēti, apskatot filantropijas praktiķu darbu ar potenciālajiem ziedotājiem klātienē, nevis aicinot ziedot ar telefona zvana starpniecību. Izpētē tika iekļauta arī ģeogrāfiskās vides un kultūras dažādība, izmantojot komunikācijas un līdzatbildības pieejas Honolulu un Dalasā. Šo pieeju replicēšana atšķirīgos apstākļos apliecināja, ka komunikācijas pieeja kopumā ir efektīva, lai nodrošinātu nepazīstamu cilvēku – potenciālo ziedotāju – pozitīvu atbildi uz filantropijas praktiķa aicinājumu ziedot, un to var padarīt vēl iedarbīgāku, liekot uzsvāru uz pienākuma attiecībām (Aunel, Basil, 1994).

Dūbs (*Doob*) un Maklohllans (*McLaughlin*) apskatīja gadījumu, kad filantropijas organizācijas biedri un esošie ziedotāji tika aicināti ziedot kādam jaunam projektam. Filantropijas praktiķi aicināja ziedot, izmantojot trīs dažādas pieejas: (a) neminot konkrētu summu; (b) norādot summas no 30 Kanādas dolāriem līdz 100 Kanādas dolāriem; (c) norādot lielākas summas, – sākot no 50 līdz 250 Kanādas dolāriem. Pētnieki secināja, ka starp visām trijām grupām ziedojumu skaita ziņā nebija atšķirību. Tomēr atšķirība parādījās starp ziedojumu apjomiem. Tā grupa, kura filantropijas praktiķi aicināja ziedot lielākas summas, ziedoja lielākas summas. Pētnieki norādīja, ka esošie ziedotāji bija devīgāki salīdzinājumā ar to ziedotāju grupu, kas līdz šim nebija saistīta ar attiecīgo filantropijas organizāciju un tās projektiem (Doob, McLaughlin, 1989). Autore piekrīt, ka pirms aicinājuma ziedot, ideālā gadījumā organizācijai un potenciālajam mecenātam jāklūst par labiem paziņām, organizācijai jeb ziedojuma vācējam jāizpelnās ziedotāja uzticība.

Harisons (*Harrison*), Mičels (*Mitchell*) un Petersons (*Peterson*) triju gadu garumā



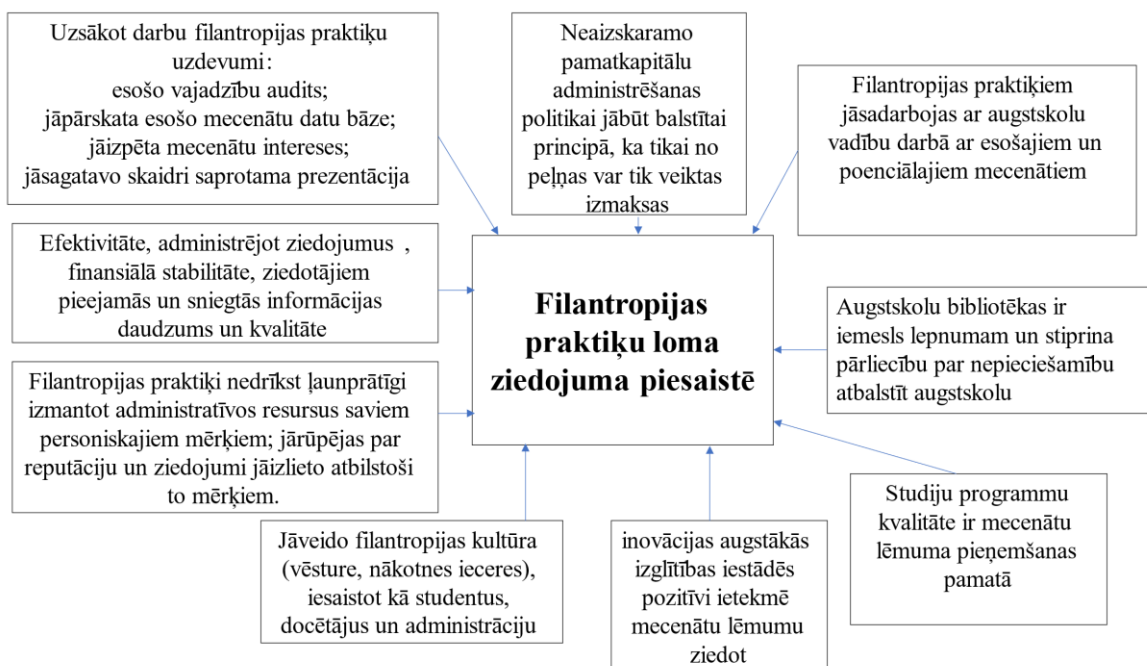
salīdzinājuši datus, kuri ievākti no 18 dažāda lieluma augstskolām, kuras pārstāv dažādus pētniecības virzienus un īsteno dažādas pedagoģiskās metodes. Rezultāti liecina, ka augstskolas ar lielākām attīstības izmaksām (investīcijām) piesaista vairāk ziedojumu. Augstskolas, kuru studenti studiju laikā iesaistījās dažādās mūžorganizācijās, piemēram, studentu un studenšu korporācijās, saņēma vairāk ziedojumu no saviem absolventiem, kas ir augstākminēto organizāciju biedri. Secināts, ka augstskolu lielumam nav nozīmīgas ietekmes uz ziedojumu apjomu un skaitu, ja vien filantropijas praktiķi strādā profesionāli (Harrison, Mitchell, Peterson, 1995).

Sārdžents (*Sargeant*) novērojis, ka Apvienotajā Karalistē to mājsaimniecību īpatsvars, kuras izvēlas ziedot, divdesmit gadu garumā pastāvīgi samazinās. Šis apstāklis izraisa arvien sīvāku konkurenci starp filantropijas organizācijām, jo to skaits arvien turpina pieaugt. Sārdžents secināja, ka, lai filantropijas organizācijas varētu izdzīvot, tām, kas meklē ziedojumus no privātiem ziedotājiem, būtu gan jāpilnveido ziedojumu vākšanas kampaņu kvalitāte, gan mērķtiecīgāk jāuzrunā ziedotājus (Sargeant, 1999). Turklāt Sārdžents (*Sargeant*) norādījis, ka filantropijas organizāciju ieņēmumus var palielināt ar salīdzinoši pieticīgu ziedotāju lojalitātes pieaugumu. Pētījumā secināts, – lai sasniegtu šādu pieaugumu, nepieciešams pārtraukt uztvert ziedojumus kā veiktu darījumu, tā vietā koncentrējoties uz attiecībām starp ziedotājiem un filantropijas organizācijām (Sargeant, 2001). Atbilstoši šim principam, ar potenciālajiem ziedotājiem vispirms jāuzsāk attiecības kā ar brīvprātīgajiem filantropijas organizācijā. Veicot brīvprātīgo darbu, potenciālais ziedotājs iepazīst filantropijas organizāciju un kļūst lojāls tai. Pētnieks secina, ka šāda pieeja uzlabos ziedojumu piesaistes rezultātus (Sargeant, 2001).

Tods (*Todd*) un Lavsons (*Lawson*) atzīst, ka sekmīgākās filantropijas organizācijas ziedojumu vākšanas kampaņās tiek piemēroti mārketinga principi. Analizējot ziedotāju segmentus, īpaša uzmanība pievērsta demogrāfiskajiem mainīgajiem lielumiem. Arī agrākos pētījumos minēts, ka tādi demogrāfiskie rādītāji kā vecums, izglītība un mājsaimniecību ienākumi rada ievērojamu plaisu starp lielajiem un mazajiem ziedotājiem. Skaidri redzams, ka, uzrunājot dažādas grupas, nepieciešams pielietot dažādas reklāmas stratēģijas (Todd and Lawson, 1999).

Trusels (*Trussel*) un Pārsonss (*Parsons*) uzsver, ka ikvienai filantropijas organizācijai jā rūpējas, lai rēķinvedība būtu augstā kvalitātē. Viens no filantropijas organizāciju pamatdarbības principiem ir ziedojumu pieņemšanas un izlietojuma caurspīdīgums. Pētnieki uzskata, ka pastāv četri konceptuāli faktori, kuri saistīti ar ziedojumiem: (a) filantropijas organizācijas efektivitāte, administrējot ziedojumus; (b) filantropijas organizācijas finansiālā stabilitāte; (c) ziedotājiem pieejamās informācijas daudzums; (d) ziedotājiem sniegtās informācijas kvalitāte. Pētnieki secinājuši, ka, izmantojot šos četrus faktorus, iespējams prognozēt nākotnes ziedojumu plūsmu, to apjomu un skaitu (Trussel, Parsons, 2003).

Vesterlunds (*Vesterlund*) norādījis, ka, ziedojot pirmo reizi filantropijas organizācijai, ziedotājs sagaida precīzu atskaiti par to, kā izlietots šis ziedojums. Atskaites kvalitāte kļūst par pamatu ziedotāja motivācijai veikt nākamo ziedojumu. Filantropijas organizācijas darbības kvalitāte ir noteicošs faktors ziedošanas apjomiem un ziedojumu skaitam. Ziedotājus var mudināt veikt līdzziedojumu – kad ziedojums proporcionāli piesaistīts citam ziedojumam (skat. iepriekš – *matching donation*). tiem pašiem vai citiem projektiem. Pētnieks uzsvēra, ka pilnvērtīgs filantropijas organizāciju darbs, sadarbība ar ziedotājiem ir noteicošs faktors atkārtotai ziedošanai (Vesterlund, 2006).



Avots: autore's pētījums un konstrukcija, balstoties uz literatūras analīzi

### 1.3. att./ Fig.1.3. Filantropijas praktiķu loma un uzdevumi ziedojumu piesaistē/ *The role and tasks of philanthropy practitioners in fundraising*

37 pētījumos padziļināti apskatīta filantropijas praktiķu loma ziedojumu piesaistē. Filantropijas praktiķiem jābūt mērķtiecīgiem, orientētiem uz ciešu sadarbību ar augstskolas vadību un administrāciju, jāizceļ kvalitatīvākās studiju programmas un augstskolu bibliotēku grāmatas, žurnālus un datu bāzes. Filantropijas praktiķiem jāspēj veidot izcilu komunikāciju ar esošajiem un topošajiem mecenātiem, lai piedāvātu prioritārā secībā augstskolas vajadzības, lai potenciālais ziedojums būtu ar lielāku ietekmi uz studiju vides un pētniecības kvalitāti. Filantropijas praktiķiem, iespēju robežās, būtu jāpiedāvā, kā variants, ziedojums neaizskaramajam pamatkapitālam, norādot, ka tikai peļņa no neaizskaramā pamatkapitāla, ir novirzāma kādam sabiedriskā labuma mērķim. Pētnieki vienprātīgi norāda, ka filantropijas praktiķu profesionālā kvalifikācija ir pozitīvas ziedojumu tendences pamats.

Autore piekrist, ka ir būtiski ieturēt distanci starp ziedotājiem un labuma saņēmējiem. Jebkuras vairāk kā lietišķi draudzīgas saiknes var radīt domstarpības, kad viens vai otrs vai cā pēc pakalpojuma, kas iepriekš nav bijis dienaskārtībā. Filantropijas organizāciju valdēm un padomēm jābūt tām, kas regulāri kontrolē ne tikai ziedojumu piesaistes tendences un administratīvās kapacitātes kvalitāti, bet arī seko līdzi attiecību klimatam starp mecenātiem un filantropijas organizācijām.

### 1.7. Studenti, izpratne par mecenātismu un piederības veidošana augstskolai/ *Students, comprehension of patronage and forging adherence to university*

Augstskolas paļaujas uz absolventu iesaistīšanos, lai uzlabotu augstskolas mācību vides kvalitāti, sniedzot padomus, izvērtējos studiju programmas, kļūstot par mentoriem jaunajiem studentiem, kā arī ziedojot, lai subsidētu augstskolas darbības izmaksas. Tomēr augstskolas nevar cerēt, ka studenti paši no sevis kļūs par atbildīgiem, ziedot gataviem absolventiem, vienkārši apmeklējot augstskolu. Studentiem šī prasme jā māca, tāpat kā citas zināšanas un vēlams rīcība, ko sagaida no absolventiem pēc augstskolas absolvēšanas. Studentu pieredzei studiju laikā būtu jā kļūst par pamatu tam, lai viņi vēlāk ziedotu. Jāsniedz norādījumus par dažādām iespējām, kas ļauj absolventiem saglabāt iesaisti augstskolas dzīvē. Augstskolas sāk

radīt un īstenot attīstības iniciatīvas un programmas, kas vērstas uz studentiem kā ilgspējīgu ieņēmumu avotu; tomēr pastāv maz praktisku norādījumu par labākajiem mehānismiem, kā vērsties pie studentiem ziedojumu vākšanas aspektā. Pētījumā “Building a Culture of Student Philanthropy: A Study of the Ivy-Plus Institutions’ Philanthropy Education Initiatives” apskatīts, kā augstskolas izglīto savus studentus par to, cik svarīgs ir ilgstošs filantropisks atbalsts iestādei un kā iestādes izstrādā programmas, lai atvērtu augstskolas pilsētiņas kultūru. Pētījums, kas pamatots studentu attīstības teorijā, liecina, ka iestādes var stiprināt vidi, kurā veidojas altruistiska un prosociāla uzvedība, izmantojot programmu, kas vērsta uz studentu apmierinātību ar viņu vispārējo pieredzi. ASV absolventu asociācijas “Ivy-Plus” augstskolu asociācijas kvalitatīva biedru darbības analīze nodrošināja pamatu augstskolām, lai tās uzsāktu studentu filantropijas iniciatīvas. Pētījumā konstatēts, ka studentu filantropijas izglītība jāuzskata par ilgtermiņa ziedojumu vākšanas stratēģiju, kas prasa labi izskaidrotus plānus ar programmām un iniciatīvām, kas atbilst unikālām universitātes pilsētiņas kultūrām. Deviņas “Ivy-Plus” augstskolas, kas piedalījās pētījumā, iepazīstināja ar plašu programmu, kas atspoguļo šo augstskolu pilsētiņu kultūru, ļauj iesaistīt pašreizējos studentus, kā arī sniedz studentiem iespējas sazināties ar absolventiem. Padziļināta Pensilvānijas Universitātes gadījuma izpēte parādīja, kā sadarbības attiecības, stratēģiskā komunikācija un pārdomāta, uz studentu attīstību orientēta pieeja var ļaut augstskolai tuvoties mērķu sasniegšanai. Lai gan studentu filantropijas iniciatīvu gala rezultāti nebūs zināmi gadu desmitiem, pētījumā redzamās augstskolas uzrāda agrīnu atdevi no savām investīcijām (Hurvitz, Lori, 2010). Promocijas darba autore piekrīt, ka attiecības ar studentiem kā potenciālajiem absolventiem un nākotnes ziedotājiem jāveido jau tad, kad studenti uzsāk studijas. Gan administrācijas, gan akadēmiskā personāla pārstāvjiem jābūt padziļinātai izpratnei par filantropijas procesiem. Autore uzskata, ka tajās augstskolās, kuras piedāvā studiju programmas par nevalstiskā sektora vadību, šī izpratne varētu būt lielāka.

Ahmeda (*Ahmed*) un Olberdinga (*Olberding*) 2007. gadā veiktajā pētījumā “Vai studentu filantropija var palīdzēt risināt pašreizējo bezpeļņas organizāciju identitātes krīzi? Daudzgaļu, daudznazaru projekta gadījuma izpēte” piedāvāts jauns termins – “studentu filantropija”. Studentu filantropija ir mācību process, kurā studenti uzzina par nevalstiskajām organizācijām un izvēlas vienu vai vairākas, kurām piešķirt finansējumu. Pētījumā izmantoti aptaujas dati no 2000. līdz 2005. gadam, izvērtēta Ziemeļu Kentuki universitātes (*Northern Kentucky University*) studentu filantropijas projektu īstermiņa un ilgtermiņa ietekme. Pētnieki secinājuši, ka studenti, kuri apguva šo studiju programmu, labprātāk apsvēra ziedot kādai no nevalstiskajām organizācijām (Ahmed, Olberding, 2007). Autore piekrīt tēzei, ka tikai pašam apgūstot zināšanas un praktiskās iemaņas, kā arī pašiem ziedojot, studenti saprot ziedošanas vērtību un nozīmi.

Studiju kursa “Filantropija” sagatavošanā izmantota mācību stratēģija, kas izstrādāta, lai aktīvi iesaistītu studentus mācību programmu kvalitātes uzlabošanā, informētu tos par sociālajām vajadzībām un sabiedriskajām organizācijām, kā arī mācītu sagatavot stipendiju pieteikumus, mācās administrēt ziedojumus un uzraudzīt ziedojuma izlietojumu. Pētot studentu ilgtermiņa ietekmi uz filantropiju, absolventi tika aptaujāti vairākus gadus pēc piedalīšanās studiju kursā “Filantropija”. Lielākā daļa respondentu norādīja, ka studiju kurss “Filantropija” pozitīvi ietekmējis viņu izpratni par filantropiju, mācīšanos, kā arī uzskatus un ieceres. Turklāt 86% studentu, kas apmeklēja šo studiju kursu, pēc augstskolas absolvēšanas veica ziedojumus, 71% ziņoja par iesaisti brīvprātīgajā darbā, savukārt 15% – par dalību sabiedrisko organizāciju padomēs vai valdēs (Millisor, Olberding, 2009). Autore ir vienprātīgs, ka īpašs studiju kurss, kas veltīts filantropijai, noteikti sekmētu ziedotāju skaita un apjoma palielināšanos tieši absolventu vidū. Pirmais solis būtu radīt šādu studiju kursu un piedāvāt to kā izvēles jeb, Latvijas gadījumā, “C daļas” priekšmetu.

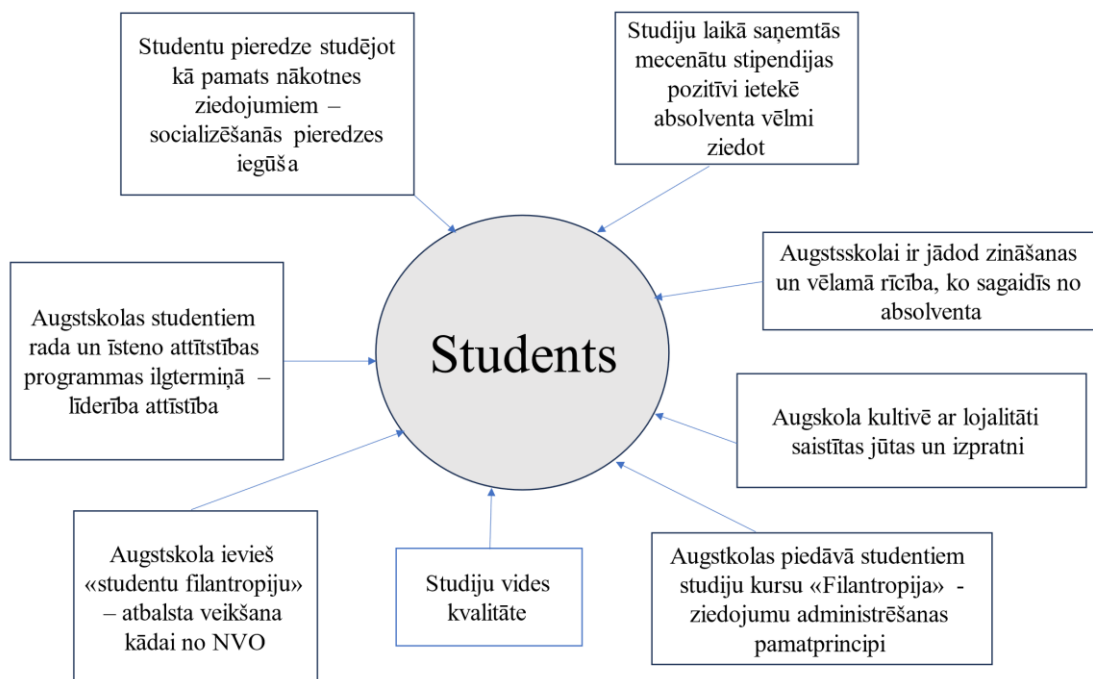
Pētījumā izvirzīta hipotēze, ka dažādās augstskolas organizētajās aktivitātēs, sākot jau no pamatstudiju līmeņa, augstskolām jākultivē ar lojalitāti saistītas jūtas un izpratne. Secinājums – to jauno absolventu ieguldījums, kuri uzsāk ziedot jaunībā, ir eksponenciāli lielāks nekā to,

kuri sāk ziedot vēlākā vecumā. Iedvesmojošas jūtas, kas saistītas ar emocionālu piesaisti augstskolai, var palīdzēt augstskolai saņemt vairāk ziedojumu no nesenajiem absolventiem, kas var palielināt arī augstskolas reitingus (Pike, Kuh, 2005). Šī pētījuma autore arī uzskata – jo agrāk uzsākta lojalitātes veidošana un kopšana, jo ātrāk augstskolas absolventi sāks ziedot un turpinās to darīt regulāri, ik gadu. Lojalitātes radīšana ir viens no filantropijas stūrakmeņiem.

Frīlands (*Freeland*), Speners (*Spenner*) un Makkalmons (*McCalmon*) vērtējuši, cik nozīmīgs faktors ir studentu iesaistīšana ziedojumu vākšanas kampaņās, uzsākot studijas un studējot. Otrs minētā pētījuma uzdevums bija noskaidrot, vai pastāv atšķirības starp tiem absolventiem – ziedotājiem, kuri studējot paši saņēmuši mecenātu stipendijas, un tiem, kuri nav. Tika konstatēts, ka mecenātu stipendiju saņemšana studiju laikā ir ietekmīgs faktors, kas ļauj prognozēt jauno absolventu nākotnes ziedošanas modeļus. Turklāt te ir vēl kāds būtisks secinājums – tie studenti, kuri studiju laikā paši nepiedalījās ziedojumu vākšanas kampaņās, pēc augstskolas beigšanas ziedoja retāk, neskatoties uz atkārtotiem, personiskiem, klātienē izteiktiem aicinājumiem (Freeland, Spenner, McCalmon, 2014). Autore piekrīt, ka mecenātu stipendiju saņemšana ir spēcīgs motīvs, lai pēc augstskolas beigšanas absolvents iespēju robežās būtu motivēts ziedot. Arī tās prasmes, iemaņas un izpratne, ko studenti ieguvuši, paši vācot ziedojumus no augstskolas absolventiem, spēj veidot pārlicību par to, ka ziedojumi ir nepieciešami augstskolas attīstībai un radīt gandarījumu par paveikto. Autore apstiprina, ka to absolventu atsaucība, kuri paši savulaik vākuši ziedojumus, ir ievērojami lielāka nekā to absolventu pretimnākšana, kuriem nav praktiskas pieredzes ziedojumu vākšanā.

Daži pētījumi, kas apskata saistību starp augstskolu izdevumiem un studentu studiju rezultātiem, sniedz pretrunīgus secinājumus. Piemēram, pētījumā “Educational expenditures and student engagement” izvirzīta hipotēze, ka konsekventa attiecību kvalitāte starp augstskolu un studentu ir atkarīga no studentu iesaistīšanas augstskolas dzīvē. Turklāt paredzams, ka attiecības starp izdevumiem un studiju rezultātiem būs atkarīgas no studentu un augstskolu attiecību īpatnībām. Šajā pētījumā apskatīta saistība starp augstskolu izdevumiem un studentu iesaistīšanos mērķtiecīgās izglītojošās darbībās. Izmantojot datus, kas iegūti no nacionāli reprezentatīvas koledžu un universitāšu izlases, konstatēts, ka attiecības starp izdevumiem un studentu iesaistīšanos ir ļoti sarežģītas. Attiecības atšķirās pēc institucionālās kontroles un analizē iekļautā iesaistes pasākuma veida (Pike, Smart, Kuh, Hayek, 2006).

“S.T.R.I.P.E.S.” kā līderības attīstības un paplašinātas orientācijas programma tika piedāvāta pirmo kursu studentiem – augstskolā ienākošajam pirmkursniekam. Šī programma tika uzsākta 2000. gadā, lai palīdzētu veiksmīgāk iekļauties augstskolā. Programma laika gaitā pastāvīgi un ievērojami augusi, katru gadu pieaugot arī dalībnieku skaitam. Tiek piedāvāta četru dienu un trīs nakšu programma ar dažādiem pasākumiem, lai veidotu līderības prasmes un izskaidrotu vērtības. Programma modelēta, izmantojot informāciju, kas zināma nākamā studiju līmeņa studentiem. Programmas galvenie komponenti – akadēmiskie panākumi, augstskolas gatavība sadarbībai ar studentiem, vēsture un tradīcijas, līderības attīstība, attiecību veidošana un zināšanas par augstskolas pilsētiņas resursiem un to izmantošanas iespējām. Šī programma veidota, lai pēc augstskolas beigšanas absolventi emocionālā līmenī saglabātu lojalitāti, kas sekmētu vēlmi ziedot (Korduner, Ray, 2010). Autore piekrīt, ka līderības attīstības un paplašinātas orientācijas programmas nepieciešamas augstskolu pirmo kursu studentiem. Lai pēc augstskolas absolvēšanas no absolventiem sagaidītu ziedojumus, jau no pirmā kursa jāveido lojalitāte savai augstskolai.



Avots: autores pētījums un konstrukcija, balstoties uz literatūras analīzi

1.4. att./ Fig.1.4. Studentu piederības veidošana augstskolai/ *Forging students' adherence to university*

Studentu un filantropijas attiecības palīdz raksturot arī plašāks konteksts – ārpus augstskolas. Pētījumā “Kas pelnījis palīdzību?” noskaidrota vācu studentu attieksme pret dažādām Vācijā dzīvojošo cilvēku grupām un šo attieksmju ietekme uz vēlmi piešķirt palīdzību grupām, kurām tā nepieciešama. Respondenti bija vairāk nekā 2000 augstskolu studenti visā Vācijā. Appelbaums (*Appelbaum*) izvirzīja hipotēzi, kas būs divas dažādas studentu grupas: grupa, kura tiek atzīta par atbildīgāku palīdzības sniegšanu ar ziedojumu un mazāk atbildīga grupa, kura uzskata, ka palīdzības sniegšana nav ikviena studenta pienākums. Pētnieks turklāt izvirzījis hipotēzi, ka studentu viedokli ietekmē arī t.s. “ticība taisnīgai pasaulei”. Protī, studenti, kuri īpaši netic taisnīgai pasaulei, uzskatīs palīdzības saņēmējus par lielākā mērā pelnījušiem atbalstu, salīdzinot ar tiem studentiem, kuri nesatricināmi pārliecināti par pasaules taisnīgumu. Pētījuma rezultāti rādīja, ka vērtējumu, vai kāda grupa pelnījusi palīdzību, ietekmē tas, cik šī grupa šķiet simpātiska, pati atbildīga par situāciju, kādā nonākusi (trūkumu, vajadzību pēc palīdzības), kā arī tas, cik lielā mērā cilvēks tic taisnīgai pasaulei (*Appelbaum*, 2002). Šī darba autore piekrīt, ka vēlme atbalstīt labus mērķus ir tiem cilvēkiem, kuri tic, ka ar savu ziedojumu varēs padarīt pasauli labāku.

Studentu iesaistīšanos augstskolas dzīvē kā ļoti nozīmīgu ir novērtējuši pētnieki 16 pētījumos. Lai nākotnē saņemtu ziedojumus no augstskolas absolventiem, augstskolām jau no pirmā kursa jāveido lojalitātes programmas studentiem. Svarīgi, lai augstskolas nodrošinātu augstu studiju vides kvalitāti un iespēju studentiem saņemt mecenātu stipendijas, jo tas veicina lojalitāti savai augstskolai. Augstskolai jānodrošina zināšanas par filantropijas vēsturi, tradīcijām un tās sniegtajām iespējām.

## 1. nodaļas kopsavilkums/ *Summary of Chapter 1*

Filantropijas aizsākumi meklējami antīkajā pasaulē, kad ziedošanas pamatā bija nesavtīgums. Savukārt mūsdienās izteikti vērojama tendence, ka uzņēmumi ir ieinteresēti publicitātē. Ja filantropijas organizācija saņem ziedojumu, tad uzņēmumi – ziedotāji bieži vēlas, lai par viņiem un paveikto labo darbu stāstītu publiskā telpā. Protams, pastāv arī izņēmumi.

Pasaules filantropijas vēsturē novērojama tendence, ka dažādas universitātes, filantropijas organizācijas tiek nosauktas mecenātu vārdos. Mecenāti mēdz atbalstīt dažādus mērķus, arī detalizēta motivācija sniegt atbalstu katrā gadījumā var būt atšķirīga.

Nozīmīga loma filantropijas tradīciju veidošanā bijusi baznīcai, iedibinot kolektīvu vākšanu pēc dievkalpojumiem. Šī tradīcija atbalstīt reliģiskas filantropijas organizācijas, turpinās arī mūsdienās. Pastāv tendence, ka ticīgi cilvēki labprāt atbalsta dažādu universitāšu teoloģijas fakultāšu studentus.

Latvijā starpkaru periodam bija raksturīgi dāsni ziedojumi, un te īpašs piemērs ir Latvijas Universitāte. Atbalstītāji ziedoja īpašumus, kurus noformēja kā testamentāros novēlējumus. Latvijā 20. gs. sākumā noritēja vairākas vērienīgas ziedojumu vākšanas kampaņas, kurās tika iesaistīta aktīvākā sabiedrības daļa.

Jaunākās filantropijas procesu tendences liecina, ka 50 gadu ilgā padomju okupācijas perioda radītās sekas, kuras ir viens no cēloņiem pasīvai ziedojumu veikšanai, sāk mazināties. Filantropijas organizācijas arvien mērķtiecīgāk strādā, lai esošie ziedotāji turpinātu ziedot ik gadu. Lielākās filantropijas organizācijas veido neaizskamos pamatkapitālus – ieguldot ziedoto dažādos finanšu instrumentos, drīkst tērēt tikai ienākumus no peļņas. Filantropijas organizācijas un uzņēmumi sadarbojas uz *pro bono* pamata. Latvijas filantropijas procesu klimats kļūst veselīgāks un vieš cerības, ka ziedošanas kultūra kļūs par ikviena Latvijas iedzīvotāja ikdienu.

Latvijas augstskolu filantropijas organizācijas beidzamo 30 gadu laikā ņēmušas vērā attīstīto pasaules valstu augstskolu filantropijas organizāciju pieredzi, adaptējot daļu gūto atziņu Latvijas vajadzībām.

Ziedotāji – kā uzņēmumi, tā privātpersonas – var saņemt nodokļu atlaides, ja tie ziedo organizācijām, kurām likumā paredzētajā kārtībā piešķirts sabiedriskā labuma organizācijas statuss. Ziedotie līdzekļi tiek ieguldīti dažādos finanšu instrumentos.

Universitātēm visā pasaulē ir nepietiekams finansējums no valsts un pašvaldībām. Finansējumam samazinoties, universitātes ir spiestas meklēt citus finanšu resursus. Universitātēm jābūt gatavām neparedzētiem pavērsieniem, tāpēc īpaši svarīga kļūst uzkrājumu veidošana un ienākumu diversifikācija, tostarp ziedojumu piesaiste no dažādiem finanšu avotiem – ziedotājiem.

Būtiska loma piemīt arī universitāšu gatavībai izstrādāt ziedojumu piesaistes stratēģijas, kurās uzskaitītas mērķauditorijas un veidi, kā tās uzrunāt – dažādi komunikāciju modeļi starp universitātēm un mecenātiem, absolventiem, studentiem, sabiedrību kopumā. Filantropijas ietekme uz universitāšu attīstību ir jāmēra.

Ārkārtīgi nozīmīgs resurss universitāšu pastāvēšanai un attīstībai ir absolventi. Universitātēm būtu aktīvāk jādarbojas, stiprinot šo potenciālo ziedotāju lojalitāti jau studiju laikā, iesaistot esošos studentus dažādos universitāšu pasākumos, to veidošanā, tā padziļināti attīstot studentu piederības sajūtu augstskolai. Tā rezultātā studenti, kļūstot par absolventiem, būs motivētāki ziedot savai universitātei. Universitātēm jāpiedāvā absolventiem daudzveidīgas iespējas iesaistīties universitāšu dzīvē, – ne tikai ziedojot, bet atbalstot ar *pro bono* profesionālām konsultācijām vai brīvprātīgo darbu.

Universitātēm ļoti mērķtiecīgi jāstrādā kā ar esošajiem, tā topošajiem mecenātiem. Universitāšu vadībai, administrācijai un filantropijas darbiniekiem aktīvi jādarbojas, lai sadarbība ar esošajiem un potenciālajiem mecenātiem būtu strukturēta un tie būtu gandarīti par sadarbību. Mecēnātu motivācija ziedot ir atšķirīga, piemēram, tā var būt vēlme atbalstīt savu augstskolu, saikne ar absolvēto augstskolu, prestižs, vēlme piedāvāt prakses iespējas uzņēmumos, kas ir mecenāti, kā arī ziedojot gūtais gandarījums un prieks.

Universitātēm būtu jādiversificē riski, bez tam jārūpējas, lai saziņā un sadarbībā ar regulārajiem ziedotājiem saglabātos pietiekama ziedotāju interese. Tas nodrošinātu atkārtotus ziedojumus. Turklāt augstskolu fondiem īpaši jāstrādā ar ziedotājiem, lai pēc iespējas vienmērīgi tiktu atbalstītas visas augstskolā pārstāvētās zinātņu nozares.

Uzņēmēju dibināto korporatīvo fondu darbība visbiežāk uzskatāma par pašreklāmas

centieniem, kas ļauj ietaupīt zināmus līdzekļus šo uzņēmēju sabiedrisko attiecību un mārketinga budžetos. Tas nebūtu atbalstāmi, jo šādu rīcību varētu kvalificēt kā nodokļu optimizāciju.

Vēlreiz jauzsver, ka ārkārtīgi būtiska ir sadarbība ar absolventiem. Savukārt absolventiem ir svarīga studiju vides kvalitāte, lai tā rosinātu augstskolas beidzējus ar ziedojumiem to vēl labāk attīstīt. Absolventi labprāt ziedo laiku brīvprātīgajam darbam vai kā *pro bono* eksperti; esošo studentu informēšana par iespējām ziedot un atgriezeniskās saiknes nodrošināšana starp augstskolu un absolventiem ir veiksmīgas ziedojumu piesaistes atslēga. Ziedošanas iespējas “graudā” un atbalsta iespēja, kļūstot par mentoru, ļauj uzturēt un stiprināt saikni ar absolventiem. Ja absolventi ir gandarīti ar esošo sadarbību, tā kļūst par pamatu ziedojumiem, īpaši tad, ja augstskola lepojas ar veiksmes stāstiem. Būtiski, lai ziedojuma mērķi būtu saprotami un skaidri. Turklāt jāņem vērā, ka lielāks atbalsts sagaidāms no tiem absolventiem, kuri studējot paši saņēmuši mecenātu atbalstu.

Viens no veiksmīgas ziedojumu vākšanas stūrakmeņiem ir izcilu, profesionālu filantropijas praktiķu ikdienas darbs ar esošajiem un topošajiem mecenātiem. Svarīga ir arī universitāšu studiju programmu kvalitāte un daudzveidība. Filantropijas praktiķi veic esošo vajadzību auditu, vajadzības sakārtojot prioritārā secībā, turklāt nodrošina filantropijas organizācijas darbības caurspīdīgumu, aicinot mecenātus domāt ilgtermiņā, sastādot testamentāros novēlējumus.

Studentu iesaistīšana augstskolu dzīvē ir būtiska jau no pirmā studiju gada. Augstskolas piedāvā studiju kursu “Filantropijas pamati”, kurā iespējams apgūt ziedojumu piesaistes un administrēšanas pamatzināšanas, nodrošinot pašreizējo studentu izpratni par ziedošanas kultūru un nepieciešamību atbalstīt savu augstskolu jau kā absolventam.

## **2. AUGSTSKOLU FILANTROPIJAS ORGANIZĀCIJU NORMATĪVAIS REGULĒJUMS UN ZIEDOJUMU PIESAISTES TEORIJAS MODEĻI/ *LEGAL FRAMEWORK AND THEORETICAL MODELS OF FUNDRAISING CONCERNING HIGHER EDUCATION PHILANTHROPY INSTITUTIONS***

Nodaļas mērķis ir izpētīt likumdošanas vidi ziedojumu piesaistes jomā. 2. nodaļā apskatītas piecas to raksturojošas komponentes: (I) normatīvais regulējums biedrību un nodibinājumu darba organizēšanā; (II) jēdziena “ziedojums” juridiskā izpratne; (III) biedrību un nodibinājumu tiesības izmaksāt stipendijas; (IV) nodokļu atlaižu principi ziedotājiem (V) ziedojumu piesaistes teorijas.

### **2.1. Normatīvais regulējums biedrību un nodibinājumu darba organizēšanā/ *Normative regulation in organizing the work of associations and foundations***

Biedrības un nodibinājumi ierindojami starp nevalstiskajām organizācijām. Jumta likums Eiropas valstu likumiem par nevalstiskajām organizācijām ir Eiropas Konvencija par cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzību nosaka to, katram ir tiesības uz brīvību attiecībā uz miermīlīgu apvienošanos un apvienību veidošanu ar citiem, ieskaitot tiesības veidot un pievienoties arodbiedrībām, lai aizstāvētu savas intereses. Šo tiesību izlietošanai nevar tikt uzlikti ierobežojumi savādāk, kā noteikts likumā un kas ir nepieciešami demokrātiskā sabiedrībā nacionālās vai publiskās drošības interesēs, lai novērstu nekārtības vai noziegumus, lai aizsargātu veselību vai morāli vai citu cilvēku tiesību un brīvību aizsardzībai.

Centrālās un Austrumeiropas valstīs pastāv divas galvenās nevalstisko organizāciju formas: biedrības un fondi (nodibinājumi). Biedrības ir organizācijas, kurās lēmuma pieņemšanas tiesības pieder biedriem vai tos pārstāvošām personām. Biedri kopīgi cenšas sasniegt organizācijas noteiktos mērķus, kas var būt vērsti kā uz sabiedrības labumu, tā uz biedru privātām interesēm. Fondi tradicionāli saistīti ar īpašumu vai līdzekļiem, kas tiek izlietoti fonda dibinātāju noteiktajiem mērķiem.

Biedrību un nodibinājumu darbību Latvijā regulē Biedrību un nodibinājumu likums. Šis likums nosaka biedrību un nodibinājumu darbības pamatprincipus, organizatorisko struktūru, likvidācijas un reorganizācijas noteikumus (Biedrību un nodibinājumu likums, 2004). Biedrību mērķus ierobežo šī likuma 10. panta 1.<sup>1</sup> punkts: “biedrībai un nodibinājumam savā darbībā aizliegts vērsties pret Latvijas Republikas neatkarību, teritoriālo nedalāmību, izteikt vai izplatīt priekšlikumus par Latvijas valsts drošību, sabiedrisko drošību vai kārtību, sludināt vardarbību vai terorismu, kļaju nacisma, fašisma vai komunisma ideoloģiju, propagandēt karu, veikt darbības, kas vērstas uz nacionālā, etniskā, rasu, reliģiskā naida vai nesaticības izraisīšanu, slavēt vai aicināt izdarīt noziedzīgus nodarījumus”. 6.1. pantā aizliegts arī ietvert biedrības vai nodibinājuma simboliskā “militāra formējuma vai tādas organizācijas vai grupas nosaukumu vai simboliku, kura atzīta par noziedzīgu vai antikonstitucionālu, nosaukums un simbolika nedrīkst radīt pozitīvu attieksmi pret vardarbību” (Biedrību un nodibinājumu likums, 2004). Biedrību un nodibinājumu likums ir saistošs arī valsts dibināto augstskolu biedrībām un nodibinājumiem. Atšķiras vien dibinātāju skaits kā privātpersonas, kuras nominē pašas augstskolas vai arī augstskolas augstākā lēmējinstiūcija šādos jautājumos – Senāts.

Pastāv tikai divas atšķirības starp biedrību un nodibinājumu statūtos paredzēto: nodibinājumiem jānorāda kārtība, kādā manta nododama nodibinājumam. Biedrībām jānorāda biedru iestāšanās un izstāšanās priekšnoteikumi.

Autore pētījuma ietvaros kā piemēru izvēlējusies nodibinājumu “Latvijas Universitātes fonds”. Izvēle izdarīta, jo piemērs atbilst pētījuma tēmai – šis nodibinājums ir valsts veidotas augstskolas filantropijas organizācija ar 20 gadu pieredzi, kura izveidota un darbojas atbilstoši Latvijas Republikas likumdošanas prasībām un ataino 20 gadu laikā attīstītu filantropijas



praksi, sadarbojoties kā ar vietējiem, tā ārzemju atbalstītājiem un piesaistot atbalstu tās formulētajiem mērķiem dažādās formās.

Lai sniegtu priekšstatu par labdarības organizācijas struktūtu un regulējumu, turpmāk šajā apakšnodaļā autore sniedz pārskatu par izvēlētā nodibinājuma mērķiem, darbību, pārvaldi, lēmumu pieņemšanas kārtību un mantas pārvaldību, kā arī valdes un dibinātāja funkcijas atbilstoši likumdošanai un nodibinājuma statūtiem (Nodibinājuma "Latvijas Universitātes fonds" Statūti, 2004).

Balstoties Biedrību un nodibinājumu likumā noteiktajā kārtībā, nodibinājumu "Latvijas Universitātes fonds" 2004. gada 29. novembrī nodibināja Latvijas Universitāte (Senāta lēmums, 2004, Nr. 42). Nodibinājuma statūti (Nodibinājuma "Latvijas Universitātes fonds" Statūti, 2004) paredz, ka nodibinājums ir mantas kopums, kurš nodalīts dibinātāja noteikto mērķu sasniegšanai, kam nav peļņas gūšanas rakstura un kas darbojas saskaņā ar Latvijas Republikas "Biedrību un nodibinājumu likumu", citiem Latvijas Republikā spēkā esošajiem normatīvajiem aktiem un šiem statūtiem. Nodibinājumam jāveic sabiedriskā labuma darbības. Nodibinājuma mērķi: ziedojumu piesaistīšana naudas līdzekļu un mantisko piešķirumu veidā izglītības, zinātnes, kultūras veicināšanai un ar tām saistīto projektu īstenošanai; līdzekļu uzkrāšana un pārvaldīšana; nodibinājuma mantas vairošana; stipendiju, prēmiju, balvu piešķiršana, vai cita ziedojumu sadalīšana un piešķiršana ar izglītību, zinātnei un kultūru tieši saistītām personām, tajā skaitā studentiem, maģistrantiem, doktorantiem, pedagogiem, zinātniekiem, izciliem izglītības, zinātnes un kultūras darbiniekiem; līdzekļu sadalīšana un piešķiršana attīstības programmu un projektu īstenošanai izglītības, zinātnes un kultūras jomās; citi pasākumi pētniecisko, publicistisko un radošo projektu veicināšanai izglītības, zinātnes un kultūras attīstībai.

LU fonda statūtos noteikts, ka nodibinājuma mērķus var grozīt ar valdes lēmumu pēc dibinātāja iepriekšējas tiešas rakstveida piekrišanas saņemšanas, kā arī tas, ka visus dibinātāja kompetencē esošos jautājumus izskata un lēmumus tajos dibinātāja vārdā pieņem LU Senāts, izņemot Statūtos noteiktos gadījumus, kuros dibinātāja vārdā lēmumus pieņem un rīkojas LU rektors. Statūtos noteikts, ka nodibinājums darbojas visā Latvijas Republikas teritorijā. Mērķu un uzdevumu izpildei nodibinājums var darboties arī ārpus Latvijas, ievērojot normatīvos aktus. Nodibinājumam ir savs zīmogs, norēķinu konti kredītiestādēs un vizuālā simbolika.

Atbilstoši statūtos noteiktajai kārtībai, nodibinājuma dibinātājs un ziedotāji nodod nodibinājumam naudas līdzekļus, iemaksājot tos nodibinājuma bankas kontā, vai arī nodibinājuma dibinātājs un ziedotāji nodod nodibinājumam kustamas lietas, par to sastādot pieņemšanas – nodošanas aktu. Nodibinājuma dibinātājs un ziedotāji nodod nodibinājumam reģistrējamu kustamu un nekustamu mantu, reģistrējot nepieciešamās izmaiņas attiecīgajā reģistrā. Dibinātājam un ziedotājiem nododot nodibinājumam naudas līdzekļus vai mantiskos piešķirumus, ir tiesības rakstveidā pieprasīt nodoto naudas līdzekļu izlietošanu konkrētam mērķim, kas atbilst nodibinājuma mērķiem, vai nodoto mantisko piešķirumu šķirtu apsaimniekošanu un noteikt mantisko piešķirumu apsaimniekošanas kārtību.

Statūti paredz nosacījumus nodibinājuma ziedojumu izmantošanas kārtībai: nodibinājuma līdzekļi tiek izlietoti tikai nodibinājuma mērķu sasniegšanai. Visus lēmumus, kas saistīti ar nodibinājuma ziedojumu izmantošanu, pieņem nodibinājuma valde, pamatojoties uz dibinātāja apstiprināto nodibinājuma ziedojumu sadalījuma gada plānu un budžetu. Ja nodibinājumam nodotās kustamās vai nekustamās lietas nav tieši izmantojamas nodibinājuma mērķu sasniegšanai un nodibinājuma administratīvajai darbībai, valde lemj par to realizēšanu uz noteikumiem un par atlīdzību, kuru valde uzskata par izdevīgu nodibinājumam. Valdes lēmums par nekustamo īpašumu atsavināšanu iesniedzams apstiprināšanai dibinātājam. Iegūtie līdzekļi un/vai citi labumi tiek nodoti nodibinājumam un izmantoti nodibinājuma mērķu sasniegšanai. Realizējamo mantu, izņemot izsolēs pārdoto, nav tiesību iegūt nodibinājuma valdes locekļiem un dibinātāja administrācijas pārstāvjiem. Nodibinājums ir tiesīgs piešķirt finanšu līdzekļus, kā arī piešķirt cita veida finansiālu atbalstu izslēdzoši personu lokam jeb labumu saņēmēju lokam, kas norādīts organizācijas statūtos.

Turklāt statūti paredz kārtību nodibinājuma mantas sadalei, ja nodibinājums tiek likvidēts: nodibinājuma likvidācija notiek saskaņā ar biedrību un nodibinājumu likumu; nodibinājuma likvidāciju veic valde vai dibinātāja iecelts likvidators; ja nodibinājuma likvidāciju veic vairāki likvidatori, viņiem ir tiesības pārstāvēt nodibinājumu tikai kopīgi; likvidatori var pilnvarot vienu vai vairākas personas no sava vidus atsevišķu darbību veikšanai; likvidācijas procesā atlikušo naudu un mantu valde vai likvidators nodod personai, kuru ar savu lēmumu norādījis dibinātājs, ievērojot “Biedrību un nodibinājumu likumā” noteiktos ierobežojumus.

LU fonda statūtos izvirzīti nosacījumi nodibinājuma pārvaldei: nodibinājuma pārvaldes institūcija ir dibinātājs, valde un izpilddirektors. Valde sastāv no trim valdes locekļiem, kurus uz trim gadiem ieceļ nodibinājuma dibinātājs. Valdes locekļi pilda savus pienākumus par atlīdzību, kuras apmērus un izmaksas kārtību nosaka dibinātājs. Dibinātājs lemj arī par valdes locekļu atcelšanu. Valdes locekli var atcelt tikai svarīgu iemeslu gadījumos: ja valdes locekļa rīcība ir pretrunā ar statūtiem, tas neizpilda vai nepienācīgi izpilda pienākumus, nespēj vadīt nodibinājumu, ir nodarījis kaitējumu un/vai zaudējis uzticību. Valdes locekļi pārstāv nodibinājumu kopīgi. Nodibinājuma valdes sēdes notiek ne retāk kā vienu reizi ceturksnī. Valdes sēde ir lemttiesīga, ja tajā piedalās vairāk nekā puse no valdes locekļiem. Valdes lēmumu pieņem ar klātesošo valdes locekļu vienkāršu balsu vairākumu. Valde ir tiesīga pieņemt lēmumus bez valdes sēdes sasaukšanas, ja visi valdes locekļi rakstveidā nobalso par lēmuma pieņemšanu. Valdes sēdes tiek protokolētas un šos protokolus paraksta valdes sēdē klātesošie valdes locekļi. Protokolā ieraksta pieņemtos lēmumus, norādot katra valdes locekļa balsojumu – “par” vai “pret” par katru lēmumu.

Valde ir tiesīga veikt šādas darbības: ievēlēt amatā un atbrīvot no amata nodibinājuma valdes priekšsēdētāju un valdes priekšsēdētāja vietnieku; izstrādāt nolikumus, kas regulē nodibinājuma darbību; izstrādāt nodibinājuma darbības programmas projektus un to izpildei nepieciešamos dokumentus; sastādīt un iesniegt apstiprināšanai dibinātājam ikgadējo nodibinājuma līdzekļu izmaksu stipendiju, prēmiju, pabalstu un citu piešķirumu gada plānu un budžetu; organizēt nodibinājuma grāmatvedības uzskaiti; pārzināt un vadīt nodibinājuma lietas; pārvaldīt nodibinājuma mantu un tās līdzekļus, ievērojot statūtos noteiktos ierobežojumus; izsniegt galvojumus ar dibinātāja iepriekšēju tiešu rakstveida piekrišanu; iecelt un atbrīvot no amata nodibinājuma izpilddirektoru; izskatīt arī jebkurus citus “Biedrību un nodibinājuma likumā” noteiktos un nodibinājuma darbībai svarīgus jautājumus un pieņemt par tiem lēmumus, ciktāl tas nav citas institūcijas izslēdzošā kompetencē.

Nodibinājuma valdes priekšsēdētāju ievēl valde šajos statūtos noteiktajā kārtībā no valdes locekļu vidus. Valdes priekšsēdētājs vada un organizē valdes darbu. Nodibinājuma valdes priekšsēdētājam ir viens vietnieks, kuru ievēl valde no valdes locekļu vidus, ņemot vērā valdes priekšsēdētāja ieteikumus. Nodibinājuma valdes priekšsēdētāja vietnieks vada valdes sēdes valdes priekšsēdētāja uzdevumā un aizvieto valdes priekšsēdētāju tā prombūtnes laikā. Valde ar savu lēmumu, kurš pieņemts šajos statūtos noteiktajā kārtībā, ieceļ izpilddirektoru, ar pilnvaru termiņu uz trim gadiem, kuram ir tiesības pārstāvēt nodibinājumu atsevišķi. Izpilddirektors pilda savus pienākumus par atlīdzību, kuras apmēru un izmaksas kārtību nosaka ar valdes lēmumu.

Izpilddirektoram ir šādi pienākumi: organizēt nodibinājuma administratīvo darbu; piedalīties valdes sēdēs ar padomdevēja tiesībām; nodrošināt valdes sēžu sasaukšanu; organizēt nodibinājuma valdes un dibinātāja lēmumu un uzdevumu izpildi; rīkoties ar nodibinājuma naudas līdzekļiem un mantu, pamatojoties uz dibinātāja un valdes lēmumiem; slēgt nodibinājuma vārdā visa veida līgumus, parakstīt un izdot citus dokumentus, kas nepieciešami nodibinājuma darbības nodrošināšanai; pieņemt darbā vai atbrīvot no darba nodibinājuma algotos darbiniekus vai brīvprātīgos; pārstāvēt nodibinājumu attiecībās ar trešajām personām. Izpilddirektoram ir tiesības pārstāvēt nodibinājumu attiecībās ar trešajām personām tikai valdes pilnvarojuma ietvaros.

Valdes locekļu iecelšana, pilnvaru termiņa izbeigšanās un pārstāvības tiesības tiek reģistrētas Biedrību un nodibinājumu reģistrā.

Dibinātājam ir tiesības pārraudzīt valdes un izpildinstitūcijas darbību, noklausīties un izskatīt valdes un izpilddirektora ziņojumus, kā arī raudzīties, lai ar nodibinājumu saistītās darbības tiktu veiktas saskaņā ar likumiem, nodibinājuma mērķiem un statūtiem. Dibinātājs veic virkni darbību, kas paredzētas statūtos: ieceļ amatā un atceļ valdes locekļus; dibinātājs LU rektora personā nosaka atlīdzības apmēru un tās izmaksas kārtību valdes locekļiem; dibinātājs LU rektora personā apstiprina valdes sagatavotos nolikumus un tāmes, kas regulē nodibinājuma operatīvo darbību; dibinātājs apstiprina valdes sagatavoto ikgadējo nodibinājuma līdzekļu sadalījuma plānu un budžetu; dibinātājs pēc valdes ierosinājuma apstiprina grozījumus nodibinājuma līdzekļu sadalījuma gada plānā un budžetā; dibinātājs LU rektora personā uzrauga nodibinājuma līdzekļu izmaksu kārtību; dibinātājs LU rektora personā apstiprina valdes iesniegto pārskatu par saņemtajiem ziedojumiem un mantiskajiem piešķirumiem; dibinātājs apstiprina valdes lēmumus par nekustamo īpašumu atsavināšanu; dibinātājs izskata un apstiprina nodibinājuma gada pārskatu; dibinātājs apstiprina valdes lēmumus par grozījumu izdarīšanu nodibinājuma statūtos; dibinātājs LU rektora personā ir tiesīgs jebkurā laikā pieprasīt no valdes un izpilddirektora pārskatu par nodibinājuma stāvokli un valdes un izpilddirektora darbību; dibinātājs pieņem lēmumus citos ar nodibinājuma darbību saistītos jautājumos, ja to ierosina valde vai izpilddirektors (Nodibinājuma "Latvijas Universitātes fonds" Statūti, 2004)).

Filantropijā viens no noteicošajiem faktoriem ir filantropijas organizāciju darbību caurspīdīgums (Betzler, 2014). Latvijas Universitātes fonda finansiālās un saimnieciskās darbības kontroli veic revidents, kuru ievēl dibinātājs uz trijiem gadiem, turklāt nodibinājuma revidents nevar būt nodibinājuma valdes loceklis vai izpilddirektors. Nodibinājuma revidents veic nodibinājuma mantas un finanšu līdzekļu revīziju; dod atsauksmi par vadības institūciju darbību; dod atsauksmi par nodibinājuma budžetu un gada pārskatu; izvērtē nodibinājuma grāmatvedības un lietvedības darbu; sniedz ieteikumus par nodibinājuma finanšu darbības regulējošo institūciju darbības uzlabošanu; veic citus dibinātāja uzticētos uzdevumus. Revidents veic revīziju pēc valdes vai dibinātāja pieprasījuma, bet ne retāk kā reizi gadā.

Valde ir tiesīga izdarīt grozījumus nodibinājuma statūtos ar dibinātāja iepriekšēju tiešu rakstveida piekrišanu. Statūtu grozījumi stājas spēkā ar to pieņemšanas brīdi, ja lēmumā nav noteikts citādi, bet attiecībā uz trešajām personām – tikai pēc statūtu grozījumu reģistrēšanas Biedrību un nodibinājumu reģistrā.

Paredzēts, ka nodibinājuma reorganizāciju vai likvidāciju var veikt Biedrību un nodibinājumu likumā noteiktajā kārtībā. Lēmumu par reorganizāciju vai likvidāciju pieņem valde ar ne mazāk kā divām trešdaļām valdes locekļu balsu vairākumu. Reorganizācijai vai likvidācijai nepieciešama dibinātāja iepriekšēja tieša rakstveida piekrišana.

Sabiedrības līdzdalībai ir izšķiroša nozīme izglītības kvalitātes nodrošināšanā. Izglītības likuma 21. pants par sabiedrības līdzdalību izglītībā nosaka: "(1) Sabiedrība piedalās izglītības organizēšanā un attīstībā, popularizējot visu veidu izglītību, veicot izglītošanu un sekmējot izglītības kvalitātes uzlabošanu, veidojot izglītības programmas, aizsargājot izglītojamo un pedagogu tiesības un intereses izglītības ieguves un darba procesā, veidojot izglītības un izglītības atbalsta iestādes, biedrības un nodibinājumus. (2) Valsts un pašvaldību izglītības pārvaldes iestādes nodrošina šā panta pirmajā daļā minēto uzdevumu veikšanai nepieciešamo informāciju, konsultācijas un metodisko palīdzību." (Izglītības likums, 1998). Šis likums norāda, ka valsts pārvalde sagaida sabiedrības atbalstu izglītības kvalitātes nodrošināšanā, tai skaitā dibinot biedrības un fondus. Savukārt valsts un pašvaldību pārvaldes iestādēm būtu ne tikai jānodrošina metodiskā palīdzība, bet arī jāstimulē procesi, lai augstākās mācību iestādes dibinātu savus fondus un biedrības, sniedzot iespēju absolventiem, kā arī lojālajiem uzņēmumiem ziedot šiem fondiem un biedrībām.

Stipendiju izmaksāšanu, kas ir ar nodokli neapliekams darījums, skar vairāki normatīvie akti. Biedrību un nodibinājumu tiesības izmaksāt stipendijas nosaka likums "Par iedzīvotāju

ienākuma nodokli”. Šī likuma 9. pants nosaka ar nodokli neapliekamo ienākumu veidus. Stipendijas kā ienākumu veids, kas nav apliekams ar nodokli, definētas šādi:

- stipendijas, kas izmaksātas no budžeta, Ministru kabineta apstiprinātas biedrības vai nodibinājuma līdzekļiem, vai no to starptautisko izglītības vai sadarbības programmu līdzekļiem, kurās līdzdalību ir apstiprinājis Ministru kabinets;
- stipendijas līdz 280 eiro mēnesī, ko izglītojamam atbilstoši Ministru kabineta noteiktajai kārtībai, kādā organizē un īsteno darba vidē balstītas mācības, izmaksā komersants, iestāde, biedrība, nodibinājums, fiziskā persona, kura reģistrēta kā saimnieciskās darbības veicēja, kā arī individuālais uzņēmums, tai skaitā zemnieku vai zvejnieku saimniecība, un citi saimnieciskās darbības veicēji;
- stipendijas, kuras izmaksātas studējošajam, kas apgūst medicīniskās izglītības programmu, izglītības programmas apguves veicināšanai, un kuras izmaksā no ārstniecības iestādes līdzekļiem.

Savukārt šī likuma 4. panta pirmās daļas 8. punktā noteikts, ka minētā stipendija ir vienreizēja vai sistemātiski ilgākā laika posmā izmaksāta naudas summa personai: kura vispārēju vai izvēlētu izglītības (studiju) programmu apgūst izglītības iestādē vai patstāvīgi; tās apgādībā esošo personu izglītības (studiju) programmas apgūšanas veicināšanai izglītības iestādē; tās pētniecības darba vai radošā darba atbalstam.

Attiecībā uz fondu tiesībām veikt šos beznodokļu darījumus, likuma 6. pantā norādīts, ka Ministru kabinets nosaka kārtību, kādā stipendijām no šā panta pirmās daļas 8. punktā minēto fondu vai starptautisko izglītības vai sadarbības programmu līdzekļiem piešķirams atbrīvojums no aplikšanas ar iedzīvotāju ienākuma nodokli. Šo kārtību nosaka MK Noteikumi Nr. 359, un par to, vai fondi var maksāt stipendijas, VID lēmumu par nodibinātās stipendijas nolikuma reģistrāciju rakstveidā neizdod, bet paziņo, informāciju publicējot Valsts ieņēmumu dienesta tīmekļvietnē. VID ievieto informāciju vienas darbdienu laikā no lēmuma pieņemšanas dienas. Lēmums stājas spēkā nākamajā darba dienā pēc informācijas publicēšanas (Likums “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli”, 1994).

Lai fonds varētu pretendēt uz iekļaušanu ar Ministru kabineta rīkojumu apstiprinātajā sarakstā, kurā iekļauti fondi un programmas, no kuru līdzekļiem izmaksātās stipendijas atbrīvojamas no aplikšanas ar iedzīvotāju ienākuma nodokli, tas līdz taksācijas gada 15. jūnijam vai 15. decembrim LR FM iesniedz šādus dokumentus:

iesniegumu ar lūgumu iekļaut fondu šā punkta ievaddaļā minētajā sarakstā; LR UR lēmumu (reģistrācijas apliecību) par fonda reģistrāciju (kopiju); fonda stipendijas nolikumu, kas noformēts atbilstoši šo noteikumu 7. punktā uzskaitītajām prasībām, kas nosaka, ka jāsniedz šādas ziņas: stipendijas nodibināšanas mērķis atbilstoši likumā “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” noteiktajai stipendijas definīcijai; prasības personām, kuras var pretendēt uz stipendijas piešķiršanu; laika posms, uz kādu stipendija tiek piešķirta; stipendijas apmērs un tās izmaksas kārtība; stipendijas finansēšanas avoti, kā arī fonda statūtu kopija.

Kārtību, kādā stipendijas atbrīvojamas no aplikšanas ar iedzīvotāju ienākuma nodokli, paredz likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” 9. panta sestā daļa.

Turpmākos soļus veic LR FM, kas 30 dienu laikā apkopo saņemtos fondu iesniegumus un rakstveidā sniedz fondiem atbildi par to iekļaušanu vai neiekļaušanu tiesību akta projektā par grozījumiem Ministru kabineta rīkojumā Nr. 385, ar kuru apstiprināts to fondu nosaukumu saraksts, kuriem ir tiesības izmaksāt stipendijas. Pēc tam LR FM divu mēnešu laikā pēc fondu iesniegumu apkopošanas sagatavo un noteiktā kārtībā iesniedz Ministru kabinetā šo noteikumu tiesību akta projektu. Pēc iekļaušanas minētajā sarakstā, fonds katru stipendijas nolikumu reģistrē VID, iesniedzot tos reģistrācijai līdz ceturksnim sekojošā mēneša piecpadsmitajam datumam. VID 15 dienu laikā pēc attiecīgā fonda stipendijas nolikuma saņemšanas pieņem lēmumu par nodibinātās stipendijas nolikuma reģistrāciju vai, ja iesniegtais nolikums neatbilst šo noteikumu 7. punktā minētajām prasībām, pieņem lēmumu par atteikumu to reģistrēt un informē fondu par pieņemto lēmumu.

Ja fonds par iepriekšējo taksācijas gadu nav iesniedzis paziņojumu, kas iedzīvotāju ienākuma nodokli regulējošajos normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā sniedzams par taksācijas gadā piešķirtajām un izmaksātajām stipendijām, kuras saskaņā ar šiem noteikumiem nav aplikamas ar nodokli, VID pieņem lēmumu par atteikumu jauna stipendijas nolikuma reģistrēšanai. MK noteikumi Nr. 359 paredz, – ja VID konstatē, ka fonds atkārtoti nav iesniedzis paziņojumu par taksācijas gadā piešķirtajām un izmaksātajām stipendijām, kuras saskaņā ar šiem noteikumiem nav aplikamas ar nodokli, VID par to informē LR FM. (MK noteikumi Nr. 359, 2021).

MK rīkojums Nr. 385 “Par biedrībām, nodibinājumiem un starptautiskajām izglītības un sadarbības programmām” nosaka, kuras biedrības un fondi iekļauti to organizāciju sarakstā, kuras drīkst izmaksāt stipendijas, kas ir ar nodokli neapliekams darījums. Šis rīkojums veidots saskaņā ar likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” 9. panta pirmās daļas 8. punktu un apstiprina, ka stipendijas var izmaksāt šādas biedrības un nodibinājumi: publiskais nodibinājums “Valsts kultūrkapitāla fonds”; Latvijas Kultūras fonds; Latvijas Bērnu fonds; Latvijas Izglītības fonds; Jaunrades fonds; Teodora Reitera atklātais sabiedriskais fonds; biedrība “Stabilitāte”; “Vītola fonds”; atklātais sabiedriskais fonds “Baltijas starptautiskais ekonomikas politikas studiju centrs”; nodibinājums “Rīgas Tehniskās universitātes Attīstības fonds”; nodibinājums “Latvijas Universitātes fonds”; nodibinājums “Arhitektūras veicināšanas fonds”; nodibinājums “Gunta Boles prēmiju fonds”; biedrība Korporācijas “Selonija” Filistru palīdzības biedrība”; nodibinājums “Valmieras novada fonds”; nodibinājums “Latvijas–Vācijas kultūras, izglītības un informācijas fonds”; nodibinājums “Goda stipendija “Andreja Kurmiņa stipendija””; nodibinājums “Ata Kronvalda fonds”; nodibinājums “Iespējamā misija”; nodibinājums “Latvijas Lauksaimniecības universitātes Attīstības fonds”; nodibinājums “Novum Riga Charitable Foundation”; nodibinājums “Rīgas Juridiskās augstskolas fonds”; biedrība “Rīgas Stradiņa universitātes Absolventu asociācija”; nodibinājums “Prelāta Ādolfa Grosberga piemiņas stipendiju fonds”; nodibinājums “ms”; biedrība “Studentu korporācija Imeria”; nodibinājums “Vidzemes Augstskolas Fonds”; nodibinājums “Eiropas stipendiju fonds”; nodibinājums “Rīgas Stradiņa universitātes fonds”; biedrība “Studentu korporācijas TERVETIA Filistru biedrība”; nodibinājums “Zinātnes un inovāciju parks”; biedrība “Filistru biedrība “LACUANIA””; biedrība “Studentu korporācijas “Dzintra” filistru biedrība”; nodibinājums “Fonds ASNI”; nodibinājums “Brīvības un solidaritātes fonds”; nodibinājums “Jaņa Rozentāla skolas atbalsta fonds”; Baltijas Bērnu fonds; nodibinājums “Baltijas Pastorālais institūts”; biedrība “Studentu korporācijas “Varavīksne” filistru biedrība”; nodibinājums “Tālavijas fonds”; nodibinājums “Vides risinājumu institūts”; biedrība “Autortiesību un komunikēšanās konsultāciju aģentūra/Latvijas Autoru apvienība”; biedrība “Asociācija “Dzīvesprieks””; nodibinājums “SCHWENK Iespēju fonds”; nodibinājums “Ekonomikas un kultūras augstskolas fonds”; nodibinājums “Pētera Avena labdarības fonds “Paaudze””; nodibinājums “Viduslatgales pārnovadu fonds”; nodibinājums “Gleznotāja Valdemāra Tones fonds”; nodibinājums “Izaugsmes fonds”; nodibinājums “ELM MEDIA”; biedrība “Rīgas Centra humanitārās vidusskolas atbalsta biedrība”; biedrība “Bulduro dārzkopības skolas attīstības biedrība”; nodibinājums “Banku augstskolas fonds”; nodibinājums “Latvijas Jūrniecības izglītības un pētniecības attīstības fonds”; biedrība “Studentu korporācija Spīdola”; nodibinājums “Ventpils Augstskolas attīstības fonds”; biedrība “Latvijas Izpildītāju un producentu apvienība”; nodibinājums “Jāzepa Vītola Latvijas Mūzikas akadēmijas atbalsta fonds”; ārvalstu organizācijas “Konrad Adenauer Stiftung” pārstāvniece. (MK rīkojums Nr. 385, 2001).

Šajā sarakstā redzams, ka no 61 fonda un biedrības tikai 8 valsts dibināto augstskolu fondi ieguvuši tiesības izmaksāt stipendijas: Rīgas Tehniskās universitātes Attīstības fonds, Latvijas Universitātes fonds, Latvijas Lauksaimniecības universitātes Attīstības fonds, Vidzemes Augstskolas Fonds, Rīgas Stradiņa universitātes fonds, Banku augstskolas fonds, Ventpils Augstskolas attīstības fonds. Tātad pārējās ar izglītību saistītas organizācijas (piemēram, nodibinājums “Rīgas Ekonomikas augstskolas absolventu asociācija”, nodibinājums “Banku

augstskolas biznesa un finanšu pētniecības centrs”) var darboties tikai dažādu mācību vides, infrastruktūras uzlabošanas, pasākumu organizēšanas projektos.

2009. gadā MK lēma izdarīt grozījumus MK 2001. gada 31. jūlija noteikumos Nr. 337 “Kārtība, kādā stipendijas atbrīvojamas no aplikšanas ar iedzīvotāju ienākuma nodokli” (**1. pielikums** – veidlapa, kas filantropijas organizācijām katru gadu ir jāaizpilda), kas izdoti saskaņā ar likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” 9. panta sesto daļu. Šie grozījumi gan paredz nebūtiskas izmaiņas. Stipendiju nolikumi turpmāk jāreģistrē nevis LR FM, bet VID. Līdz ar to tika mainīts 5. punkts, kas nosaka, ka VID 15 dienu laikā pēc attiecīgā fonda stipendijas nolikuma saņemšanas pieņem lēmumu par nodibinātās stipendijas nolikuma reģistrāciju vai, ja iesniegtais stipendijas nolikums neatbilst šo noteikumu 4. punktā noteiktajām prasībām, pieņem lēmumu par atteikumu to reģistrēt un informē fondu par pieņemto lēmumu (Ministru kabineta noteikumi Nr. 1532, 2009).

Nodokļu atlaides likumdošanā paredzētas organizācijām, kuras veic sabiedriska labuma darbību. Latvijas Republikas Sabiedriskā labuma organizāciju likumā sabiedriskā labuma darbība definēta šādi:

“Sabiedriskā labuma darbība ir tāda darbība, kas sniedz nozīmīgu labumu sabiedrībai vai kādai tās daļai, it sevišķi, ja tā vērsta uz labdarību, cilvēktiesību un indivīda tiesību aizsardzību, pilsoniskas sabiedrības attīstību, izglītības, zinātnes, kultūras un veselības veicināšanu un slimību profilaksi, sporta atbalstīšanu, vides aizsardzību, palīdzības sniegšanu katastrofu gadījumos un ārkārtas situācijās, sabiedrības, it īpaši trūcīgo un sociāli mazaizsargāto personu grupu sociālās labklājības celšanu” (Sabiedriskā labuma organizāciju likums, 2004).

Sabiedriskā labuma organizāciju darbību regulē Sabiedriskā labuma organizāciju likums, kas nosaka, kuras organizācijas uzskatāmas par sabiedriskā labuma organizācijām, kā tās iegūst un zaudē šo statusu, kāda veidā var tikt pieņemti un izlietoti ziedojumi, kā arī ierobežojumi šo organizāciju darbībai un ziedojumu izlietošanai. Likums nosaka arī to, kādus nodokļu atvieglojumus var saņemt fiziskas un juridiskas personas, kuras ziedo sabiedriskā labuma organizācijai (Sabiedriskā labuma organizāciju likums, 2004).

Likumā atsevišķi izcelti trīs darbības veidi, kas nevar tikt uzskatīti par sabiedriskā labuma darbību:

- darbība, kas vērsta uz politisko organizāciju (partiju) vai to vēlēšanu kampaņu atbalstīšanu;
- darbība tādā apjomā, kādā tā vērsta uz biedrības un nodibinājuma biedru vai dibinātāju un ar tiem saistītu personu privāto interešu un vajadzību apmierināšanu, izņemot darbību, ko veic biedrība vai nodibinājums, kas dibināts un darbojas, lai aizstāvētu sociāli mazaizsargāto personu grupu un trūcīgo personu un ģimeņu tiesības un intereses;
- darbība, kas vērsta uz ziedojumu vākšanu trešajām personām, par to ieturot samaksu, kas pārsniedz administrēšanas izdevumus (Sabiedriskā labuma organizāciju likums, 2004).

Jāpievērš uzmanība tam, ka likumā nav sīkāk paskaidrots, kādi administratīvie izdevumi uzskatāmi par attaisnotiem un kāds ir to apjoms proporcionāli piesaistīto ziedojumu apmēram. Likums nosaka arī to, kādus nodokļu atvieglojumus var saņemt fiziskas un juridiskas personas, kuras ziedo sabiedriskā labuma organizācijai (Sabiedriskā labuma organizāciju likums, 2004).

Sabiedriskā labuma organizācijas statuss var tikt piešķirts biedrībai, nodibinājumam vai reliģiskai organizācijai. Šo statusu piešķir Valsts ieņēmumu dienests, bet viens no nosacījumiem tā piešķiršanai ir pozitīvs Sabiedriskā labuma komisijas atzinums. Sabiedriskā labuma komisijas darbu nodrošina Valsts ieņēmumu dienests, un tajā vienādā skaitā ietilpst pilnvarotas amatpersonas, kā arī biedrību un nodibinājumu pārstāvji. Ja šāds atzinums saņemts, organizācijai turklāt jāatbilst šādiem kritērijiem:

1. biedrības, nodibinājuma vai reliģiskās organizācijas statūtos, satversmē vai nolikumā norādītais mērķis ir sabiedriskā labuma darbība, un biedrība, nodibinājums vai reliģiskā organizācija veic sabiedriskā labuma darbību;

2. biedrībai, nodibinājumam vai reliģiskajai organizācijai nav nodokļu parādu (Sabiedriskā labuma organizāciju likums, 2004).

Pamatojoties uz piešķirto sabiedriskā labuma organizācijas statusu, nevalstiskās organizācijas var piesaistīt ziedotājus, kas ir juridiskas personas, kuras ir tiesīgas izmantot Uzņēmumu ienākuma nodokļa likumā (12. pants) noteiktās nodokļu atlaides – rezidentiem un pastāvīgajām pārstāvniecībām nodokli var samazināt trīs dažādos veidos. Ziedotājs var izvēlēties tikai vienu no šādiem atvieglojumiem un to piemērot visā pārskata gadā.

Sabiedriskā labuma statusu var piešķirt, ja organizācija aktīvi darbojas kādā no 13 virzieniem: kultūras veicināšana, cilvēktiesību un indivīda tiesību aizsardzība, izglītības veicināšana, labdarība, palīdzības sniegšana katastrofu gadījumos un ārkārtas situācijās, pilsoniskās sabiedrības attīstība, sociāli mazaizsargāto personu grupu sociālās labklājības celšana, slimību profilakse, sporta atbalstīšana, veselības veicināšana un vides aizsardzība.

Saskaņā ar Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 4. panta pirmo un otro daļu, sabiedriskā labuma organizācijai ir tiesības saņemt likumos noteiktos nodokļu atvieglojumus un tai ir citas Sabiedriskā labuma organizāciju likuma noteiktās tiesības, savukārt personas, kuras ziedo sabiedriskā labuma organizācijai, ir tiesīgas saņemt likumos noteiktos nodokļu atvieglojumus, izņemot gadījumus, kad tās atsauc savu ziedojumu (Sabiedriskā labuma organizāciju likums, 2004).

Atbilstoši likumā noteiktajam, sabiedriskā labuma organizācijai nodotā manta vai finanšu līdzekļi nav uzskatāmi par ziedojumu tādā apjomā, kādā sabiedriskā labuma organizācijai noteikts pretpienākums veikt darbības, kurām piemīt atlīdzības raksturs. Ziedojumu nedrīkst izlietot, lai segtu zaudējumus, kuri radušies sabiedriskā labuma organizācijas saimnieciskās darbības rezultātā (Sabiedriskā labuma organizāciju likums, 2004).

Lai saglabātu sabiedriskā labuma statusu, biedrībām un nodibinājumiem ir jāiesniedz noteikta parauga veidlapa (skat. **2. pielikumu**). Šajā veidlapā jānorāda, kurās no 13 likumā paredzētajām organizāciju sabiedriskā labuma darbības jomām attiecīgā organizācija veic vai plāno veikt sabiedriskā labuma darbību. Jānorāda sabiedrības daļa (turpmāk – mērķa grupa), uz kuru vērsta organizācijas sabiedriskā labuma darbība, piemēram, ģimenes, kuras audzina trīs un vairāk bērnu, nepilnās ģimenes, cilvēki ar invaliditāti, personas, kas pārsniegušas darbības vecumu, 15-25 gadus veci jaunieši, personas, kuras atbrīvotas no brīvības atņemšanas iestādēm, ilgstošie bezdarbnieki, bezpajumtnieki, cilvēktirdzniecības upuri, politiski represētās personas, personas, kurām stihisku nelaimju vai dabas katastrofu dēļ ir nodarīts kaitējums, vai viņu ģimenes, Černobiļas atomelektrostacijas avārijas seku likvidēšanas dalībnieki un viņu ģimenes, Černobiļas atomelektrostacijas avārijas dēļ cietušās personas un viņu ģimenes, personas ar alkohola, narkotisko, psihotropo, toksisko vielu, azartspēļu vai datorspēļu atkarības problēmām un viņu ģimenes, ģimenes, kas audzina bērnu ar invaliditāti, bērni, no vardarbības cietušās personas vai cita (MK noteikumi Nr. 407 "Noteikumi par biedrības, nodibinājuma, reliģiskās organizācijas vai tās iestādes iepriekšējā gada darbības pārskata un turpmākās darbības plāna veidlapas paraugu", 2010).

Autore secina, ka valsts piedāvā dažādus sabiedriskā labuma darbības mērķus, kas pārsvārā vērsti uz atbalstu sociāli mazaizsargāto personu grupām. Visas valsts augstskolu dibinātās biedrības un nodibinājumi norādījuši mērķa grupu 15-25 gadus veci jaunieši un papildinājuši šo sarakstu ar savas mērķauditorijas aprakstu. Šī ir pamatgrupa, ko atbalsta ar ziedojumiem, bet būtu jānorāda arī pētnieki, kas saņem atbalstu, pateicoties mecenātu ziedojumiem. Vecuma grupa šajā kategorijā ir 25-75 gadi.

Pārskatā (sabiedriskā labuma statusa saglabāšanai), jāuzskaita mērķa grupām adresētie organizācijas projekti, pasākumi un citas kalendārajā gadā veiktās aktivitātes. Jānorāda ne vairāk kā piecus nozīmīgākos projektus un jāveido īsu aprakstu, iekļaujot norises laiku un vietu. Pārējos projektus var tikai uzskaitīt. Detalizēti jāapraksta organizācijas darbības rezultāti vai sasniegumi kalendārajā gadā attiecībā uz mērķa grupu un attiecīgajā jomā. Organizācijām jānorāda arī dibinātāju vai biedru skaits, kā arī iesaistīto personu skaits, – darbinieki un brīvprātīgie, kā arī sabiedriskā labuma guvēju skaits. Attiecībā uz ziedojumiem jānorāda

kalendārajā gadā saņemto ziedojumu izlietojums, kā arī saņemto ziedojumu kopsumma. Turklāt jānorāda izlietoto ziedojumu kopsumma, atsevišķi parādot šādas izdevumu grupas: izdevumi sabiedriskā labuma darbībai, administratīvie izdevumi kalendārajā gadā no kalendārajā gadā izlietoto vispārējo ziedojumu kopsummas. Papildus, līdzīgi SVID analīzei, jānorāda organizācijas darbību veicinošie faktori (piemēram, sadarbība ar valsts pārvaldes iestādēm, komersantiem) un organizācijas darbību kavējošie faktori (MK noteikumi Nr. 407 “Noteikumi par biedrības, nodibinājuma, reliģiskās organizācijas vai tās iestādes iepriekšējā gada darbības pārskata un turpmākās darbības plāna veidlapas paraugu”, 2010).

Veidlapas otrajā daļā jāsniedz nākotnes plānu apraksts. Šeit iesniedzējs uzskaita organizācijas plānotās darbības nākamajā kalendārajā gadā, atsevišķi norādot ilgtermiņa projektus, pasākumus un citas aktivitātes, kuru īstenošanas periods pārsniedz vienu gadu. Jāuzskaita arī iesāktie projekti, norādot piecus nozīmīgākos projektus un jāveido īss apraksts, papildus norādot norises laiku un vietu. Pārējie projekti tikai jāuzskaita. Pēc šī paša principa jāveido apraksts par plānotajiem projektiem (MK noteikumi Nr. 407 “Noteikumi par biedrības, nodibinājuma, reliģiskās organizācijas vai tās iestādes iepriekšējā gada darbības pārskata un turpmākās darbības plāna veidlapas paraugu”, 2010).

Precīzi pēc iepriekšminētā algoritma jāuzskaita īstermiņa projekti. Atšķirībā no organizāciju bilances un darbības pārskata, šī veidlapa sniedz pilnvērtīgu priekšstatu par organizācijas veikumu iepriekšējā kalendārajā gadā un tās nākotnes plāniem. Autores veiktajā pētījumā izmantoti dati no veidlapas sadaļas Nr. 7., kurā redzami trīs rādītāji: dibinātāju vai biedru skaits; iesaistīto personu skaits, t.i., darbinieku, brīvprātīgo un sabiedriskā labuma guvēju skaits. Datu apstrāde veikta par 10 gadu periodu, sākot ar 2011. gadu un noslēdzot ar 2020. gadu. Dati ir pētīti par visiem 12 valsts dibināto augstskolu fondiem.

No 2001. gada 1. janvāra līdz 2018. gada 1. janvārim (kas daļēji ietver arī autores pētījuma periodu) spēkā bija šādi nosacījumi nodokļu atlaidēm: saņemt ziedotāja uzņēmuma nodokļu atlaidi saskaņā ar likuma “Par uzņēmumu ienākuma nodokli” (iepriekšējā likuma redakcijā 20.1 pantā “Nodokļa atlaide ziedotājiem” noteiktais) : “Rezidenti un pastāvīgajām pārstāvniecībām nodokli samazina par 85% no summām, kuras ziedotas budžeta iestādēm, kā arī Latvijas Republikā reģistrētām sabiedriskajām kultūras, izglītības, zinātnes, sporta, labdarības, veselības un vides aizsardzības organizācijām un fondiem, reliģiskajām organizācijām, kurām piešķirta atļauja saņemt ziedojumus, ziedotājiem saņemot nodokļa atlaidi. Ministru kabinets nosaka minētās atļaujas izsniegšanas un atsaukšanas kārtību, derīguma termiņu un iesniedzamos dokumentus, kā arī apstiprina formu, kādā sniedzams pārskats par ziedotājiem, to ziedotajām summām un ziedojumu izlietojumu” (Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums, 2017).

Pēc likuma izmaiņām (no 01.01.2018 spēkā ir “Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums”), pastāv divi veidi, kā var piemērot nodokļu atlaides. Likumā noteikts nodokļa atvieglojums ziedotājiem (likuma 12. pants), kuru var piemērot nodokļa maksātājs, kas ziedo sabiedriskā labuma organizācijai. Nodokļa maksātājs var izvēlēties vienu no šādiem atvieglojumiem:

1. niekļaut taksācijas perioda ar nodokli apliekamajā bāzē ziedoto summu, bet ne vairāk kā piecu procentu apmērā no iepriekšējā pārskata gada peļņas pēc aprēķinātajiem nodokļiem;

Ja, piemēram, iepriekšējā pārskata gada peļņa ir 10 000 eiro, tad uzņēmuma ienākuma nodokli (UIN) nav jāmaksā, ja ziedo summu līdz 500 eiro, kas sastāda 5% no peļņas.

$10\,000 \times 5\% = 500$  eiro, kas šajā gadījumā būtu noteiktā maksimālā summa.

Savukārt, ja ziedojums pārsniedz 500 eiro, tad ziedotājam papildus jāmaksā 25%. Piemēram, ja ziedoti 500 eiro un tiek veikts vēl 500 eiro ziedojums, tad ziedotājs ziedo + 500 eiro, un UIN papildus jāmaksā 25%, tātad 500 eiro + 125 eiro.

2. Neiekļaut ar uzņēmumu ienākuma nodokli apliekamajā taksācijas perioda bāzē ziedoto summu, bet ne vairāk kā 2% no iepriekšējā pārskata gada kopējās darba ņēmējiem aprēķinātās bruto darba samaksas, no kuras samaksāti valsts sociālās apdrošināšanas maksājumi;



Ja iepriekšējā gadā kopējā darba ņēmēju bruto darba samaksa bijusi 10 000 eiro, tad 2% ir maksimālā ziedojuma summa.

$10\,000 \times 2\% = 200$  eiro, un tā šajā gadījumā ir maksimālā ziedojuma summa.

Savukārt, ja ziedo vairāk nekā 200 eiro, piemēram, vēl papildus 200 eiro, tad ziedotājs maksā UIN 25% apmērā no papildus ziedotās summas, šajā gadījumā – 50 eiro.

3. No 2019. gada spēkā stāties arī šāds nosacījums: samazināt aprēķināto UIN no dividendēm par 75 % no ziedotās summas, bet nepārsniedzot 20% no aprēķinātā UIN no dividendēm. Izvēloties 3. veidu – ziedojumu summa nesamazina ar nodokli apliekamo bāzi, bet gan UIN no dividendēm;

Attiecībā uz fiziskām personām, kuras ir tiesīgas izmantot likumā “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” noteiktās nodokļu atlaides, šādas fiziskas personas apliekamā ienākuma samazinājums par ziedotajām summām nedrīkst pārsniegt 20 % no gūtā apliekamā ienākuma (Likums “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli”, 1994).

## **2.2. Jēdziens “ziedojums” normatīvajos aktos: tā būtība un saistošie Latvijas Republikas tiesību normu principi/ *Concept of donation: its essence and the binding principles of the Republic of Latvia legal norms***

Ziedojuma izpratne un juridiskā nozīme Latvijas normatīvajos aktos atspoguļota dažādi. Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 9. panta 1. daļa tieši nosaka: “ziedojums šā likuma izpratnē ir manta vai finanšu līdzekļi, kurus persona (ziedotājs) bez atlīdzības, pamatojoties uz savstarpēju vienošanos, nodod sabiedriskā labuma organizācijai tās statūtos, satversmē vai nolikumā norādīto mērķu sasniegšanai un kuriem var piemērot nodokļu atvieglojumus.” Savukārt minētā likuma 9. panta 2. daļa paredz ziedojuma jēdziena ierobežojumu, nosakot to, ka par ziedojumu nevar tikt uzskatīta sabiedriskā labuma organizācijai nodotā manta vai finanšu līdzekļi tādā apjomā, kādā sabiedriskā labuma organizācijai ir noteikts pretpienākums veikt darbības, kurām ir atlīdzības raksturs. Līdzīgs regulējums redzams likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” 10. panta 1.1. punktā (Par iedzīvotāju ienākuma nodokli, 1994). Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 9. panta trešā daļa paredz kārtību, atbilstoši kurai iespējams saņemt nodokļu atvieglojumus (Sabiedriskā labuma organizāciju likums, 2004).

No šāda regulējuma var izdarīt secinājumu, ka likumdevējs izvirzījis minētos kumulatīva rakstura priekšnoteikumus, kas ikreiz jākonstatē, lai noteiktu ziedojumu varētu atzīt par ziedojumu Sabiedriskā labuma organizāciju likuma izpratnē, proti, saņemto naudas līdzekļu atbilstību ziedojuma jēdzienam un ziedojuma jēdziena ierobežojumu saistībā ar pretpienākuma paredzēšanu (Sabiedriskā labuma organizāciju likums, 2004).

Ziedojuma īpašā izpratne Sabiedriskā labuma likuma kontekstā pamatojama ar to, ka likuma “Par nodokļiem un nodevām” 31. pants nošķir ziedojumu no dāvinājuma (Likums par nodokļiem un nodevām, 1995), bet Publiskas personas finanšu līdzekļu un mantas izšķērdēšanas novēršanas likuma 10. panta 3. daļa (Publiskas personas finanšu līdzekļu un mantas izšķērdēšanas novēršanas likums, 1995), kā arī Politisko organizāciju (partiju) finansēšanas likuma 2. panta 2. daļa ziedojumu tieši pielīdzina dāvinājumam (Politisko organizāciju (partiju) finansēšanas likums, 1995). Šāda likumdevēja īstenotā pieeja skaidrojama ar to, ka ne katrs dāvinājums Latvijas Republikas Civillikuma 1912. panta izpratnē ir ziedojums, gluži tāpat ne katri piešķirtie naudas līdzekļi atzīstami par ziedojumu Sabiedriskā labuma organizāciju likuma izpratnē (Civillikums, 1937).

Jāuzsver, ka turpmākajā juridisko risku izvērtējuma tekstā ar terminu “ziedojums” tiks saprasts ziedojums Sabiedriskā labuma organizāciju likuma izpratnē, ja vien tiešas norādes neliecina par pretējo.

Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 10. pants paredz divus ziedojumu veidus: a) mērķziedojumi (ziedojumi ar noteiktu mērķi, kas izlietojami tikai līgumā paredzētajiem mērķiem); b) vispārējie ziedojumi, tai skaitā ziedojumi, kuriem nav noteikts izlietojuma mērķis vai par kuru nodošanu nav noslēgts rakstveida līgums (Sabiedriskā labuma organizāciju likums,

2004). Ņemot vērā faktisko situāciju, kura raksturota iepriekš, konkrētajā gadījumā LU fonda saņemtie naudas līdzekļi atbilst mērķziedojuma jēdzienam, tātad tos var izlietot vienīgi paredzētajam mērķim.

### 2.3. Ziedojumu piesaistes teorijas/ *Fundraising theories*

Ziedojumu piesaistes teorijām veltītajā apakšnodaļā apskatītas filantropijas teorijas, kuras kombinējot, iespējams labāk izprast ziedojumu piesaistes apstākļus un faktoros, kas nosaka sekmes šajā jomā.

Pirmā no tām ir atvērtā ziedojumu piesaistes teorija, kas ietver faktoros, kuri ietekmē veiksmīgu ziedojumu piesaisti (Tempel, 2010). Otrā apskatāmā filantropijas teorija ir “sociālās apmaiņas teorija” veiksmīgai ziedojumu piesaistei (Mixer, 1993). Trešā teorija ir “motivāciju teorija sekmīgai ziedojumu piesaistei” (Van Slyke & Brooks, 2005). Ceturtā teorija pēta motivāciju sekmīgai ziedojumu piesaistei (Chung-Hoon, Hite, Hite, 2005). Konceptuālais modelis paredz absolventu motivācijas stiprināšanu sadarbībai ar universitāti (Pedro & Andraz, 2019). Autore piedāvā divos ziedojumu aprites un administrēšanas modeļus.

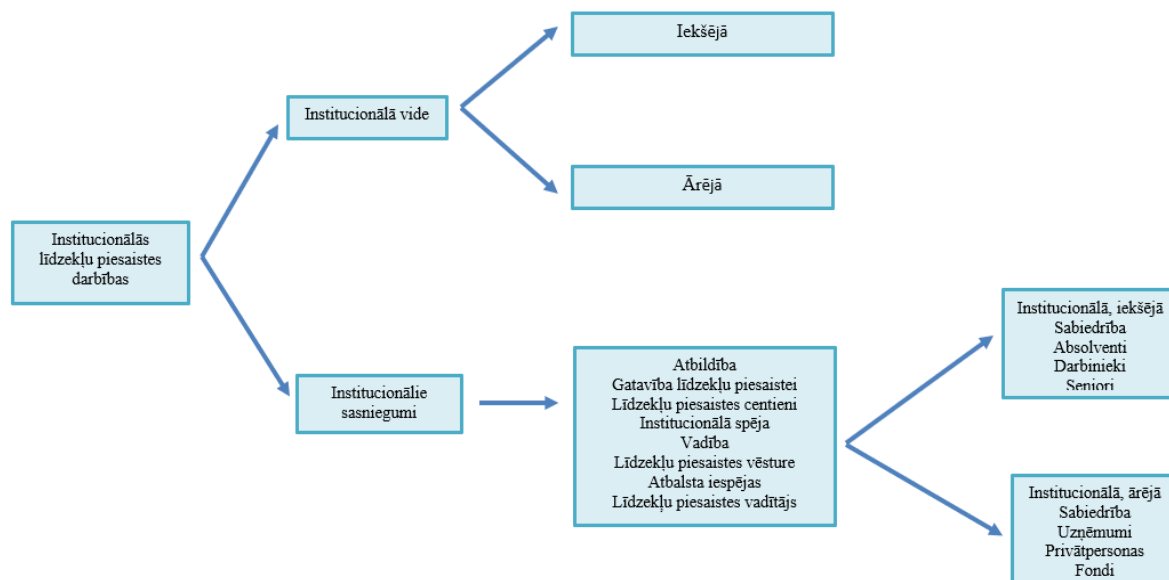
**Atvērtās ziedojumu piesaistes teorija** paredz – lai sasniegtu sekmes ziedojumu piesaistē, organizācijām, tostarp universitātēm, jābūt gatavām sadarboties ar ārējo vidi. Vienlaikus nepieciešama arī administratīvā aparāta iekšējā sadarbība un izpratne par universitātes misiju un tās lomu ikviena darbinieka ikdienas gaitās (Tempel, 2010).

Šī teorija atbilst pētījuma mērķim, jo ļauj pārbaudīt augstskolas institucionālo gatavību un izvērtēt centienos sasniegt sekmes ziedojumu piesaistē, kā arī vērtēt universitāšu institucionālo attīstību perspektīvā (Tempel, 2010).

Balstoties šajā teorētiskajā pieejā, izvirzāms jautājums: “kas universitātēm būtu jāievēro un jādara, lai iegūtu mecenātu uzmanību un atbalstu?” Atbildot uz šo jautājumu, jāņem vērā divu faktoru mijiedarbība: pirmais ir atvērtās ziedojumu piesaistes sistēmas teorija un faktori, kas to ietekmē, un otrais faktors ir kombinācija ar sociālās apmaiņas teoriju veiksmīgai ziedojumu piesaistē (Mixer, 1993). Universitāšu administratīvā personāla kompetencei jāatbilst noteiktiem kritērijiem, darbībām jābūt saskaņotām ar universitāšu īstermiņa un ilgtermiņa mērķiem. Administratīvajam personālam jāizprot esošo un potenciālo mecenātu daba, vēlmes, motivācija atbalstīt to vai citu projektu. Nozīmīga loma ir ziedojumu piesaistes vadītājam, tā kompetencei un spējai pārraudzīt ne tikai finanšu piesaisti, izlietojumu, bet arī komunikācijas plūsmu ar iekšējo un ārējo vidi.

Atbilstoši šai teorijai, efektīvas ziedojumu piesaistes pamatā jābūt universitāšu stiprajām pusēm, savukārt vājās puses var ievērojami mazināt ziedojumu piesaistei veltīto pasākumu efektivitāti (Tempel, 2010).

Izveidota efektīva ziedojumu piesaistes pārvaldība ir atslēgas elements sasniegumiem (skat. 2.1. att.).



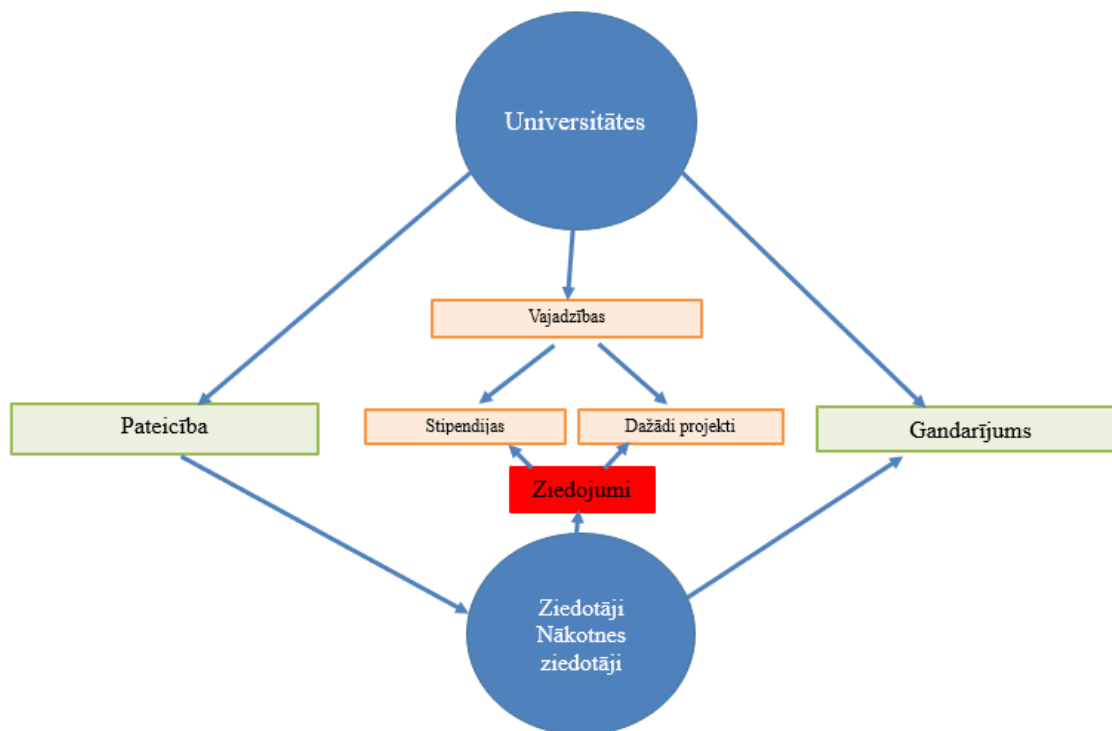
Avots: autores konstrukcija pēc Tempel, 2010

### 2.1. att./ Fig. 2.1. Universitāšu filantropijas darbības konceptualizācijas ietvars/ *Conceptualization framework of universities' philanthropy action*

**Sociālās apmaiņas teorija** nosaka, ka attiecības jāveido pēc principa “dot un ņemt”, turklāt dažreiz tās starp partneriem nav līdzsvarā. Atbilstoši šai teorijai, attiecību pamatā ir ekonomiskais faktors, tieši izmaksas nosaka ieguvumu apmērus un to, kā attiecības starp universitātēm un absolventiem varētu attīstīties turpmāk (Chadwick-Jones, 1976). Nozīmīgs šīs teorijas faktors ir universitāšu studentiem sniegto pakalpojumu kvalitāte: izglītības kvalitāte, studentu saņemtais atbalsts studiju laikā, karjeras iespējas, socializēšanās iespējas, universitātes prestižs. Šiem faktoriem ir ārkārtīgi liela nozīme brīdī, kad universitātes uzrunā savus absolventus ar lūgumu tās atbalstīt. Tieši šis faktors nosaka ziedojumu apjomu un veidu kā īstermiņā, tā ilgtermiņā (Leslie and Ramey, 1988; Brittingham and Pezzullo, 1990; Taylor and Martin, 1995). Pētnieki uzskata, ka tam, vai absolventi labprāt atļūdzina savām universitātēm, ir visciešākā saikne ar absolventu iepriekšējo pilsoniskās līdzdalības pieredzi (Weerts, Cabrera, Sanford, 2010).

Sociālās apmaiņas teorija norāda, ka veiksmīgas ziedojumu piesaistes pamatu veido sekmīga sociālo attiecību nodibināšana un uzturēšana (Mixer, 1993).

Universitātei jāspēj precīzi formulēt savas vajadzības, lai varētu piedāvāt tās atbalstīt esošajiem un potenciālajiem ziedotājiem. Universitāšu vajadzības iedalāmas 2 lielās grupās: stipendijas studentiem un atbalsts pētniecības un rekonstrukcijas projektiem (Mixer, 1993). Šīs teorijas otra nozīmīga daļa ir universitāšu spēja un iespējas pateikties ziedotājiem tā, lai radītu atbalstītājos gandarījuma sajūtu par savu veikto ziedojumu (Mixer, 1993). Sociālās apmaiņas teorijā viens no stūrakmeņiem ir universitāšu sadarbība ar absolventiem. “Kāda tā ir? Cik lielas un kādas ir investīcijas dialoga uzturēšanā un kāda ir atdeve ziedojumu veidā?” – šie sociālās apmaiņas teorijas izpratnē ir būtiski jautājumi (skat. 2.2. att.).



Avots: autores konstrukcija pēc Mixer, 1993

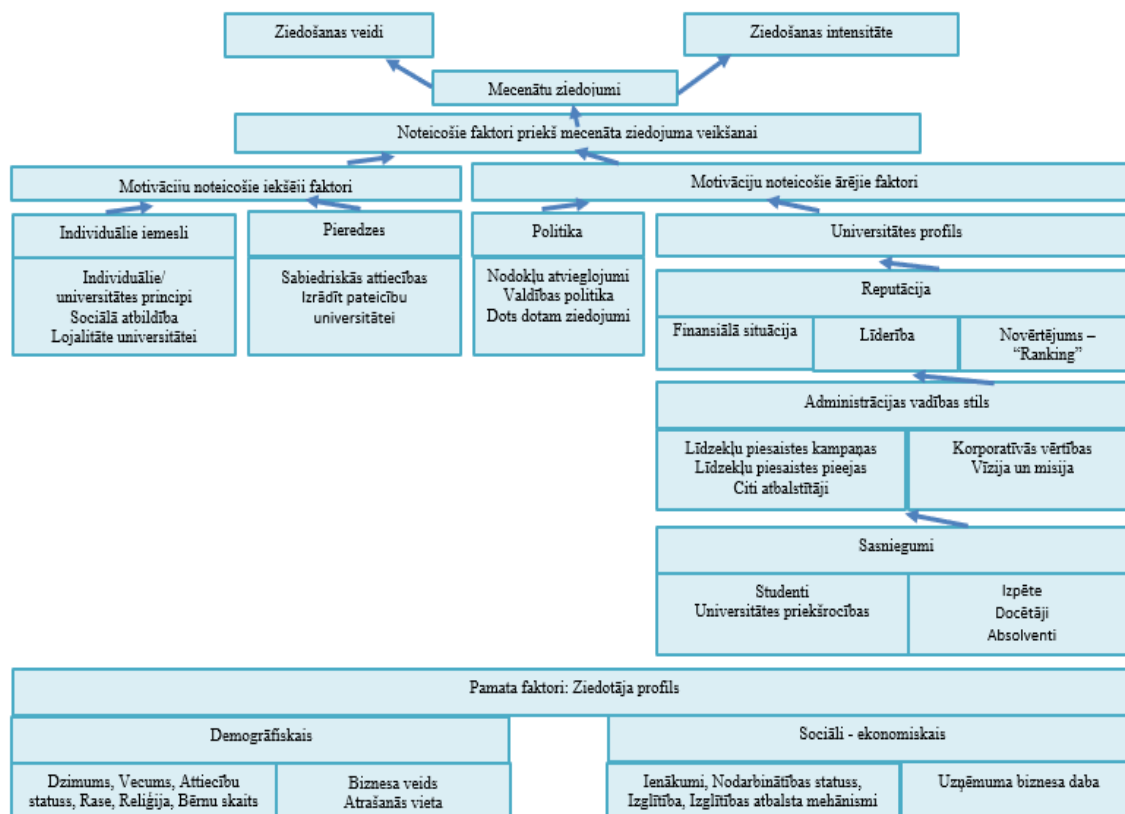
2.2. att./ Fig. 2.2. Sociālās apmaiņas teorija/ Social exchange theory

**Paļāvības teorijas** pamatā ir uzskats, ka absolventi cerības formulē, balstoties uz nākotnes notikumiem, tādēļ viņu iesaistīšanās universitāšu aktivitātēs balstās šajā nosacījumā. Parasti darbu ar absolventiem veido trīs dimensijas: (1) Spēja pievienot vērtību (angl. *valence*): prognozējamā pievienotā vērtība no absolventa ir tieši atkarīga no universitāšu brīvprātīgo politikas; (2) Noderīgums (angl. *instrumentality*): ticība, ka brīvprātīgo darbs kādu dienu radīs savai *alma mater* jaunas pievienotās vērtības; (3) Paļāvība (angl. *expectancy*): absolventa pašvērtējums, pārliecība par to, ka viņš/viņa spēs sekmīgi izpildīt darbu, ko ir uzņēmies/uzņēmusies (Drawing & Vroom, 1964).

Paļāvības teorija iesaka ņemt vērā to, ka absolventi izvēlēsies sniegt to atbalsta veidu, kas viņiem šķitīs piemērotāks un atbildīs sagaidāmajam rezultātam. Pētnieku sniegtie piemēri – kāda absolventu grupa varētu izvēlēties sniegt ieguldījumu, lobējot izmaiņas augstākās izglītības likumdošanā. Citi atbalstītāji, savukārt, varētu vēlēties sadarbību, atbalstot studentus vietas meklējumos darba tirgū, veicot jauno absolventu mentoringu vai nodrošinot pasākumu norisi: palīdzot segt izmaksas un pildot organizatoriskas dabas uzdevumus (Drawing and Vroom, 1964).

**Motivāciju teorija sekmīgai ziedojumu piesaistei** (Van Slyke & Brooks, 2005) ļauj pētīt faktorus, kas ietekmē ziedotāju lēmumu veikt ziedojumu. Teorijas autori kategorizē ziedošanu noteicošos faktorus divos veidos: demogrāfiskos mainīgajos un motivējošajos (iekšējos un ārējos) faktorus (Van Slyke & Brooks, 2005).

Teorija ir piemērota šim pētījumam par augstskolām, jo tā veidota ar mērķi izpētīt, kādi faktori ir noteicošie, lai vidusmēra ziedotājs ziedotu universitātēm (skat. 2.3. att.).

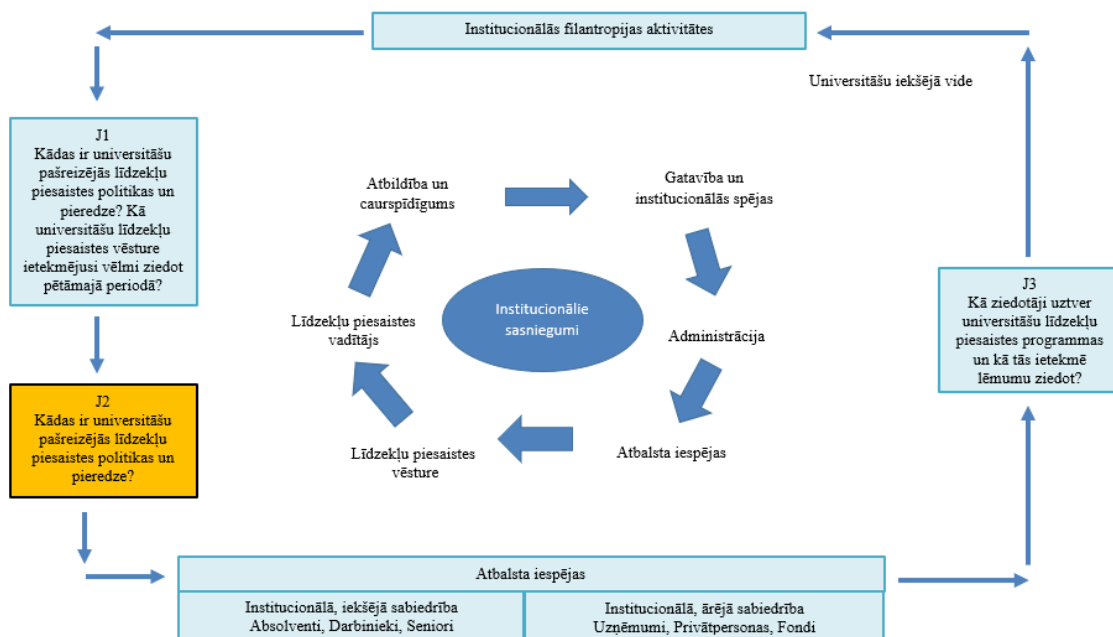


Avots: autore konstrukcija pēc Van Slyke & Brooks, 2005

### 2.3. att./ Fig. 2.3. Motivāciju teorija sekmīgai ziedojumu piesaistei/ Theory of motivations for successful fundraising

**Universitāšu mijiedarbības modelis ar ārējo vidi** paredz, ka ziedotāju profils tiek sastādīts, balstoties uz diviem kritērijiem: demogrāfisko un sociāli ekonomisko. Demogrāfiskais faktors ietver divas apakškritēriju kopas: pirmā ir dzimums, vecums, attiecību statuss, rase, reliģija un bērnu skaits. Otrā kopu veido ziedotāja uzņēmējdarbības veidu un tā atrašanās vieta.

Sociāli ekonomiskie kritēriji sastāv no šādiem apakškritērijiem: ienākumi, nodarbinātības statuss, izglītība, pieeja izglītības atbalsta mehānismiem un uzņēmuma darbības veida (skat. 2.4. att.).

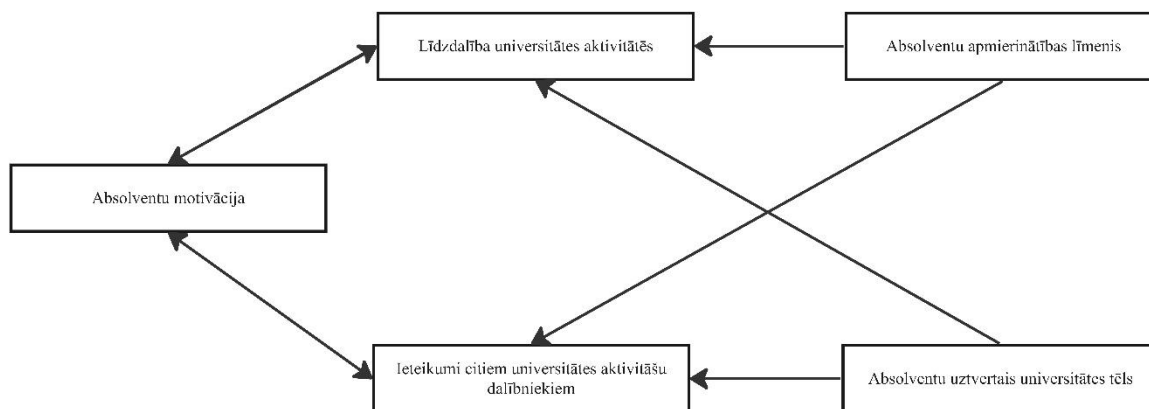


Avots: autore konstrukcija pēc Chung-Hoon, Hite, Hite, 2005

2.4. att./ Fig. 2.4. **Universitāšu mijiedarbība ar ārējo vidi/ Interaction of universities with the external environment**

Savukārt **sadarbības konceptuālais modelis** ļauj izvirzīt divas aksiomas: (1) motivētiem absolventiem ir vēlme līdzdarboties universitātes aktivitātēs; (2) motivētiem absolventiem ir vēlme rosināt arī citus piedalīties universitāšu aktivitātēs.

Šī modeļa otrā daļa, kas ietekmē absolventu motivāciju, attiecas uz absolventu apmierinātības līmeni un universitātes kvalitāti absolventu ieskatā. Atbilstoši šim modelim, pārbaudei tiek izvirzītas šādas hipotēzes: (1) absolventu apmierinātības līmenis atbilst vēlmei piedalīties universitātes aktivitātēs; (2) absolventu apmierinātības līmenis atbilst vēlmei ieteikt arī citiem piedalīties universitātes aktivitātēs; (3) universitātes tēla kvalitātes līmenis absolventu uztverē atbilst viņu vēlmei piedalīties universitātes aktivitātēs; (4) universitātes tēla kvalitātes līmenis absolventu uztverē atbilst viņu vēlmei ieteikt arī citiem piedalīties universitātes aktivitātēs. Pētījuma rezultāti liecina, ka tie absolventi, kuru apmierinātības līmenis saskan ar universitātes tēla kvalitātes līmeni viņu uztverē, kā arī absolventu pašu apmierinātības līmeni, ir tie, kas ieteiktu arī citiem piedalīties universitātes aktivitātēs. Lai to panāktu, nepieciešama sadarbība starp akadēmisko un administratīvo personālu (skat. 2.5. att.).



Avots: autore konstrukcija pēc Pedro & Andraz, 2019

2.5. att. / Fig. 2.5. **Sadarbības konceptuālais modelis/ Conceptual model of cooperation**

Balstoties uz promocijas pētījumā analizētajiem modeļiem, autore ir izveidojusi divus praktiskus modeļus: “LU fonda ziedojumu aprites un administrācijas modelis. Stipendijas” un “LU fonda ziedojumu aprites un administrācijas modelis. Projekti”, kas ir aprobēti praksē kopš 2009. gada.

LU fonda piemērs ziedojumu aprites modelis stipendiju administrēšanā paredz sadarbību starp LU fonda valdi, LU fonda biroju, LU rektoru, LU Senātu, stipendiju komisijām, mecenātiem un stipendiātiem. LU rektors apstiprina stipendiju komisiju Nolikumus un Kristapa Morberga stipendijas noteikumus, apstiprina LU rektora komisiju stipendiju pretendentu izskatīšanai doktorantūras studiju programmas studentiem un piedalās pasākumos.

LU Senāts apstiprina LU fonda atskaiti par padarīto un lemj par valdes locekļu sastāvu.

LU rektora komisija stipendiju izskatīšanai doktorantūras studentiem izvērtē iesniegtos pieteikumus, balstoties uz LU rektora, LU fonda un mecenāta ziedojuma izlietojuma kritērijiem.

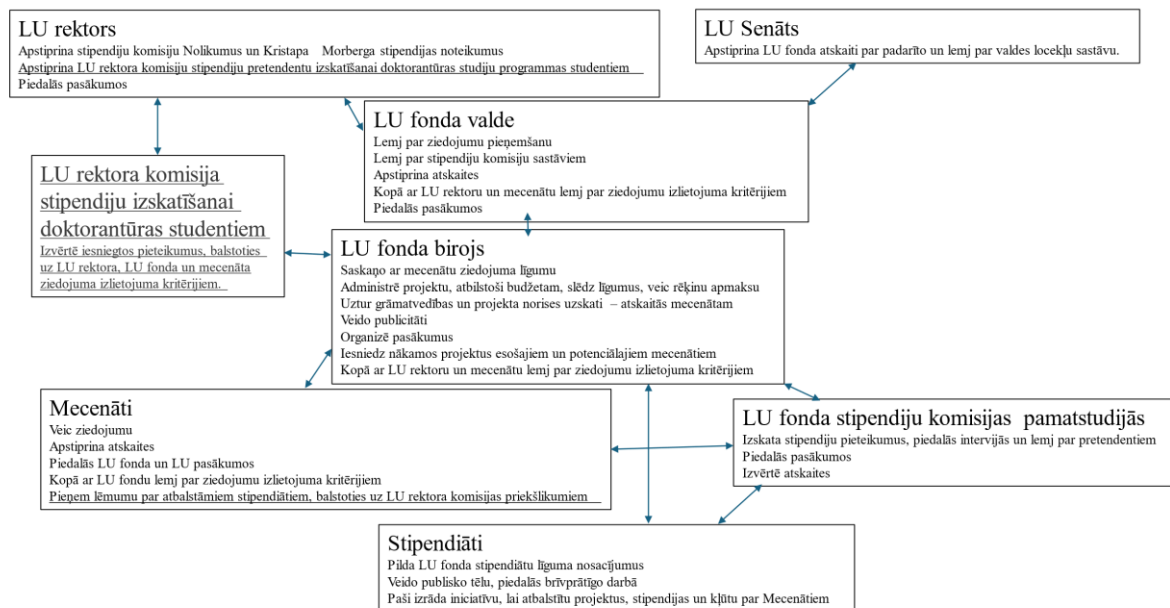
LU fonda valde lemj par ziedojumu pieņemšanu, lemj par stipendiju komisiju sastāviem, apstiprina atskaites, kopā ar LU rektoru un mecenātu lemj par ziedojumu izlietojuma kritērijiem, piedalās pasākumos.

LU fonda birojs saskaņo ar mecenātu ziedojuma līgumu (skat. **4. pielikumu**), administrē projektu, atbilstoši budžetam, slēdz līgumus, veic rēķinu apmaksu, uztur grāmatvedības un projekta norises uzskati, atskaitās mecenātam, veido publicitāti, organizē pasākumus, iesniedz nākamajos projektos esošajiem un potenciālajiem mecenātiem, kopā ar LU rektoru un mecenātu lemj par ziedojumu izlietojuma kritērijiem.

Mecenāti veic ziedojumu, apstiprina atskaites, piedalās LU fonda un LU pasākumos, kopā ar LU fondu lemj par ziedojumu izlietojuma kritērijiem, pieņem lēmumu par atbalstāmiem stipendiātiem, balstoties uz LU rektora komisijas priekšlikumiem.

LU fonda stipendiju komisijas izskata stipendiju pieteikumus, piedalās intervijās un lemj par pretendentiem, piedalās pasākumos, izvērtē atskaites.

Stipendiāti pilda LU fonda stipendiātu līguma nosacījumus, veido publisko tēlu, piedalās brīvprātīgo darbā, izrāda iniciatīvu, lai atbalstītu projektus, stipendijas un kļūtu par mecenātiem (skat. 2.6. att.).



Avots: autores konstrukcija, balstoties uz LU fonda rīcībā esošo informāciju

2.6. att./ Fig. 2.6. LU fonda ziedojumu aprites un administrācijas modelis. Stipendijas/ UL Foundation's model of circulation and administration of donations. Scholarships

LU fonda ziedojumu aprites modelis projektu administrēšanās paredz sadarbību starp LU fonda valdi, LU fonda biroju, LU rektoru, LU Senātu, mecenātiem, projektu izskatīšanas komisiju, LU administrāciju, docētājiem un potenciāliem mecenātiem.

LU rektors kopā ar LU fondu un mecenātu lemj par ziedojumu izlietojuma kritērijiem, ar rīkojumu izveido LU docētāju un administrācijas komisiju projektu izvērtēšanai un piedalās pasākumos.

LU Senāts apstiprina LU fonda atskaiti par padarīto un lemj par valdes locekļu sastāvu.

LU fonda valde lemj par ziedojumu pieņemšanu, lemj par projektu pieteikumu apstiprināšanu LU fonda biroja administrēšanai, apstiprina atskaites, kopā ar LU rektoru un mecenātu lemj par ziedojumu izlietojuma kritērijiem un piedalās pasākumos.

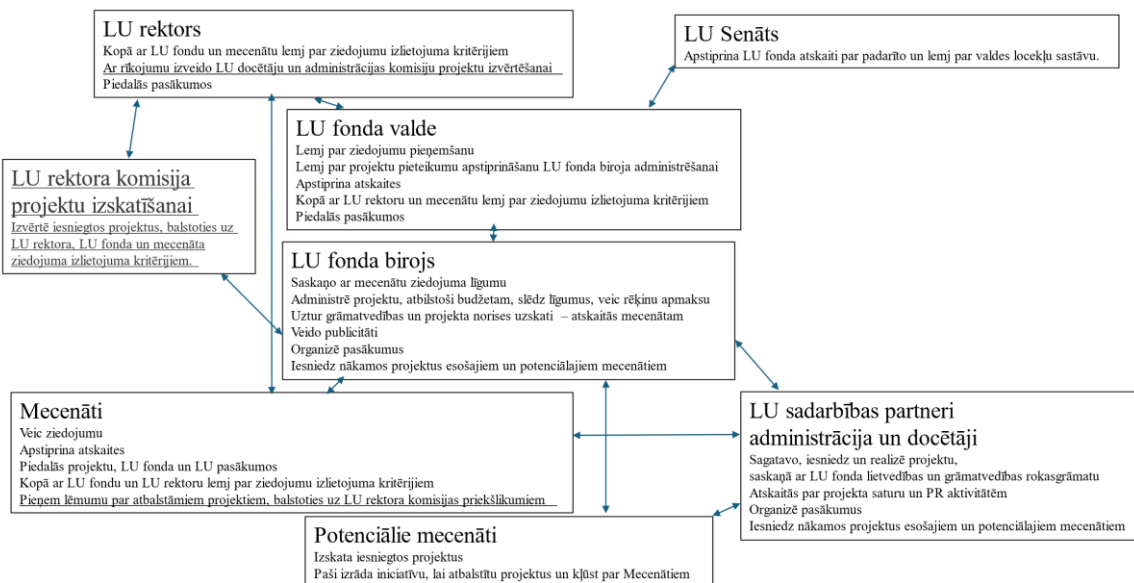
LU rektora komisija projektu izskatīšanai izvērtē iesniegtos projektus, balstoties uz LU rektora, LU fonda un mecenāta ziedojuma izlietojuma kritērijiem.

LU fonda birojs saskaņo ar mecenātu ziedojuma līgumu, administrē projektu, atbilstoši budžetam, slēdz līgumus, veic rēķinu apmaksu, uztur grāmatvedības un projekta norises uzskati un atskaitās mecenātam, veido publicitāti, organizē pasākumus un iesniedz nākamus projektus esošajiem un potenciālajiem mecenātiem.

Mecenāti veic ziedojumu, apstiprina atskaites, piedalās projektā, LU fonda un LU pasākumos, kopā ar LU fondu un LU rektoru lemj par ziedojumu izlietojuma kritērijiem, pieņem lēmumu par atbalstāmiem projektiem, balstoties uz LU rektora komisijas priekšlikumiem.

LU sadarbības partneri, administrācija un docētāji sagatavo, iesniedz un realizē projektu, saskaņā ar LU fonda lietvedības un grāmatvedības rokasgrāmatu, atskaitās par projekta saturu un PR aktivitātēm, organizē pasākumus, iesniedz nākamus projektus esošajiem un potenciālajiem mecenātiem, potenciālie mecenāti, izskata iesniegtos projektus, paši izrāda iniciatīvu, lai atbalstītu projektus, un kļūst par mecenātiem (skat. 2.7. att.).





Avots: autores konstrukcija, balstoties uz LU fonda rīcībā esošo informāciju

2.7. att./ Fig. 2.7. **LU fonda ziedojumu aprites un administrācijas modelis. Projekti/ UL Foundation's model of circulation and administration of donations. Projects**

Detalizēts augstskolu filantropijas organizāciju komunikācijas stratēģijas modelis, balstoties LU fonda piemērā, skatāms **3. pielikumā**).

## 2. nodaļas kopsavilkums/ Summary of Chapter 2

Nosakot kritērijus sabiedriskā labuma organizācijas statusa iegūšanai, valsts likumdošanā formulēti noteikti mērķi, kuru sasniegšana valsts līmenī tiek uzskatīta par sabiedrībai svarīgu un atbilstošu sabiedrības interesēm. Ziedojumi šādām organizācijām ļauj iegūt nodokļu atlaides, tādējādi apliecinot, ka valsts ieskatā mērķi, kuriem šie ziedojumi tiek novirzīti, atbilst sabiedrības interesēm. Šādi ziedojumi ne vien atslogo valsts budžeta izdevumus, bet arī dod iespēju iesaistīt plašāku sabiedrību aktuālu problēmu risināšanā. Likumdošanai attiecībā uz nevalstiskajām organizācijām būtu jābūt maksimāli liberālai, lai padarītu iesaistīšanos pilsoniskās aktivitātēs pēc iespējas vienkāršāku, vai vismaz neradītu problēmas un zaudējumus.

No otras puses, valsts uzdevums ir nepieļaut ļaunprātīgu bezpeļņas organizācijas un sabiedriskā labuma organizācijas statusa izmantošanu. Jo lielākas ir organizācijas iespējas piesaistīt ziedojumus, jo lielāks ir kārdinājums šo iespēju izmantot savtīgi, padarot sabiedriskā labuma aktivitātes par aizsegu patiesajiem mērķiem, kas saistīti ar peļņas un ienākumu gūšanu organizācijas dalībniekiem. Tādēļ valstu filantropijas organizāciju regulējumos iestrādātas normas, kas paredz iespēju pārbaudīt organizācijas darbību, kontrolēt tās finanšu plūsmas, pārliecināties par to, ka tās darbība atbilst deklarētajiem mērķiem. Regulējuma mērķis ir nodrošināt, lai privātie līdzekļi tiktu pēc iespējas lielākā apmērā novirzīti mērķiem, kuri svarīgi valstij un sabiedrībai. Dažādās valstīs šis regulējums atšķiras, tomēr kopumā pastāv divas galvenās pieejas: atvieglojumi tiek piešķirti noteiktām darbībām, neatkarīgi no tā, kurš veic šīs darbības, vai arī atvieglojumi tiek piešķirti organizācijām, kuras ieguvušas noteiktu likumdošanā paredzētu statusu.

Latvijas gadījumā ziedotāji (indivīdi vai juridiskas personas) nodokļu atvieglojumus var saņemt tikai par ziedojumiem sabiedriskā labuma organizācijām, savukārt atlaides nav paredzētas gadījumos, kad tiek ziedots organizācijām, kurām var būt sabiedriskā labuma mērķi, bet nav piešķirts sabiedriskā labuma statuss, vai arī organizācijām, kurām ir vairāki darbības

virzieni, ieskaitot tādus, kuri varētu pretendēt uz sabiedriskā labuma darbībām. Tādējādi Latvijā nav iespējama situācija, kad tiek piešķirti nodokļu atvieglojumi ziedojumiem konkrētiem projektiem, ja to veicēji nav sabiedriskā labuma organizācijas. Šāds regulējums zināmā mērā ierobežo gan ziedošanas iespējas, gan iespējas īstenot sabiedriskā labuma projektus tādām organizācijām, kuru pamatdarbība neiekļaujas sabiedriskā labuma definīcijā.

Sabiedriskā labuma statuss var tikt regulēts vispārīgajā likumdošanā, kas skar nevalstiskās organizācijas, vai arī īpašos likumos, kuri saistīti ar sabiedriskā labuma statusu, un/vai nodokļu likumdošanā.

Jumta likums Eiropas valstu likumiem par nevalstiskajām organizācijām ir Eiropas Konvencija par cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzību nosaka to, katram ir tiesības uz brīvību attiecībā uz miermīlīgu apvienošanos un apvienību veidošanu ar citiem, ieskaitot tiesības veidot un pievienoties arodbiedrībām, lai aizstāvētu savas intereses. Šo tiesību izlietošanai nevar tikt uzlikti ierobežojumi savādāk, kā noteikts likumā un kas ir nepieciešami demokrātiskā sabiedrībā nacionālās vai publiskās drošības interesēs, lai novērstu nekārtības vai noziegumus, lai aizsargātu veselību vai morāli vai citu cilvēku tiesību un brīvību aizsardzībai.

Centrālās un Austrumeiropas valstīs pastāv divas galvenās nevalstisko organizāciju formas: biedrības un fondi. Biedrības ir organizācijas, kurās lēmuma pieņemšanas tiesības pieder biedriem vai tos pārstāvošām personām. Biedri kopīgi cenšas sasniegt organizācijas noteiktos mērķus, kas var būt vērsti kā uz sabiedrības labumu, tā uz biedru privātām interesēm. Fondi tradicionāli saistīti ar īpašumu vai līdzekļiem, kas tiek izlietoti fonda dibinātāju noteiktajiem mērķiem.

Atvērtās ziedojumu piesaistes teorija un Universitāšu filantropijas darbības konceptualizācijas ietvars norāda uz nepieciešamību pēc mijiedarbības ar universitāšu ārējo un iekšējo vidi. Tas ir nozīmīgs faktors līdzekļu piesaistei. Motivācijas teorijā sekmīgai ziedojumu piesaistei arī uzsvērts, ka mijiedarbība ar universitāšu ārējo un iekšējo vidi ir svarīga. Īpaši apskatīti ziedotājus raksturojošie demogrāfiskie un sociāli ekonomiskie faktori un apstiprināta šo faktoru būtiskā nozīmība ziedošanas paradumos un līdz ar to – ziedojumu piesaistes stratēģiju izstrādē. Arī teorija, kas raksturo universitāšu mijiedarbību ar ārējo vidi, norāda uz demogrāfisko un sociāli ekonomisko faktoru ietekmi uz ziedotāju vēlmi atbalstīt universitāšu studentus un pētniekus.

Sociālās apmaiņas teorija akcentē mecenātu gandarījumu un augstskolu pateicību saistībā ar ziedojumu saņemšanu un izlietošanu izciliem universitāšu projektiem un studentu atbalstam.

Paļāvības teorijā uzsvērts darbs ar absolventiem. Līdzīgi arī konceptuālajā modelī īpaši akcentēts darbs ar absolventiem, padziļināti pētot absolventu apmierinātību par sadarbību ar universitātēm un vēlmi iesaistīties universitāšu aktivitātēs un nākotnē kļūt par ziedotājiem.

Visas apskatītās teorijas ļauj strukturēti veidot un sistemātiski izvērtēt augstskolu filantropijas organizāciju līdzekļu piesaistes stratēģijas.

### **3. ZIEDOJUMU PIESAISTES REZULTĀTI UN NĀKOTNES IZAICINĀJUMI/ *FUNDRAISING RESULTS AND FUTURE CHALLENGES***

Trešajā nodaļā analizētas ziedojumu piesaistes vispārīgās tendences starp uzņēmējiem un augstskolu mecenātiem, kā arī valsts dibināto augstskolu filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendences Latvijā. Izmantojot pētījuma gaitā iegūtos datus, izstrādāti iespējamie attīstības scenāriji, kas ietekmētu ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās.

#### **3.1 Ziedojumu piesaistes vispārīgās tendences starp augstskolu mecenātiem un uzņēmējiem/ *General trends in fundraising amongst university patrons and entrepreneurs***

Šajā apakšnodaļā autore analizē Latvijas vadošo uzņēmēju aptaujas datus par filantropijas tendencēm kopumā un vispārīgās ziedojumu piesaistes tendences starp filantropijas organizāciju mecenātiem (**5. pielikums** – aptaujas anketa). Svarīgi salīdzināt kopējās tendences, lai izprastu, vai tās atšķiras no filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendencēm.

Pētījumam par augsti kvalificētu uzņēmumu vadītāju pieredzi ziedojot tika sagatavoti 14 jautājumi, lai analizētu kopējās ziedojumu piesaistes tendences, izmantojot datus par ziedojumu piesaistes tendencēm valsts dibināto augstskolu filantropijas organizācijās.

#### **Respondentu profila apraksts, socioloģiskā pētījuma metodoloģijas apraksts, tai skaitā izlases veidošanas principi un reprezentācijas kļūdas aprēķini**

##### **Respondentu profils**

BNI Morbergs grupā apvienojušies Latvijas vadošo uzņēmumu līderi no dažādām nozarēm, lai ar ieteikumu palīdzību savstarpēji veicinātu izaugsmi. Grupas biedri ir vienīgie pārstāji no katras nozares – tādējādi novērsta iekšējā konkurenci. BNI biedri apmainās ar kvalitatīviem un augstvērtīgiem ieteikumiem, kas vēlāk tiek konvertēti biznesa darījumos. Šī ir slēgta grupa, kurā var iekļūt tikai pēc noteiktiem kritērijiem, turklāt ar nosacījumu, ka neviens no esošajiem biedriem neieilst. Saskaņā ar BNI Latvija statistikas datiem, vidēji viens BNI biedrs 2022. gadā saņēmis ieteikumus vairāk nekā 90 000 eiro apmērā.

Autores veiktajā aptaujā piedalījās 30 respondenti, BNI Morbergs grupas biedri. Aptaujas veikšanas brīdī šajā grupā darbojās 50 biedru, attiecīgi, aptaujātie bija 60% no kopējā skaita.

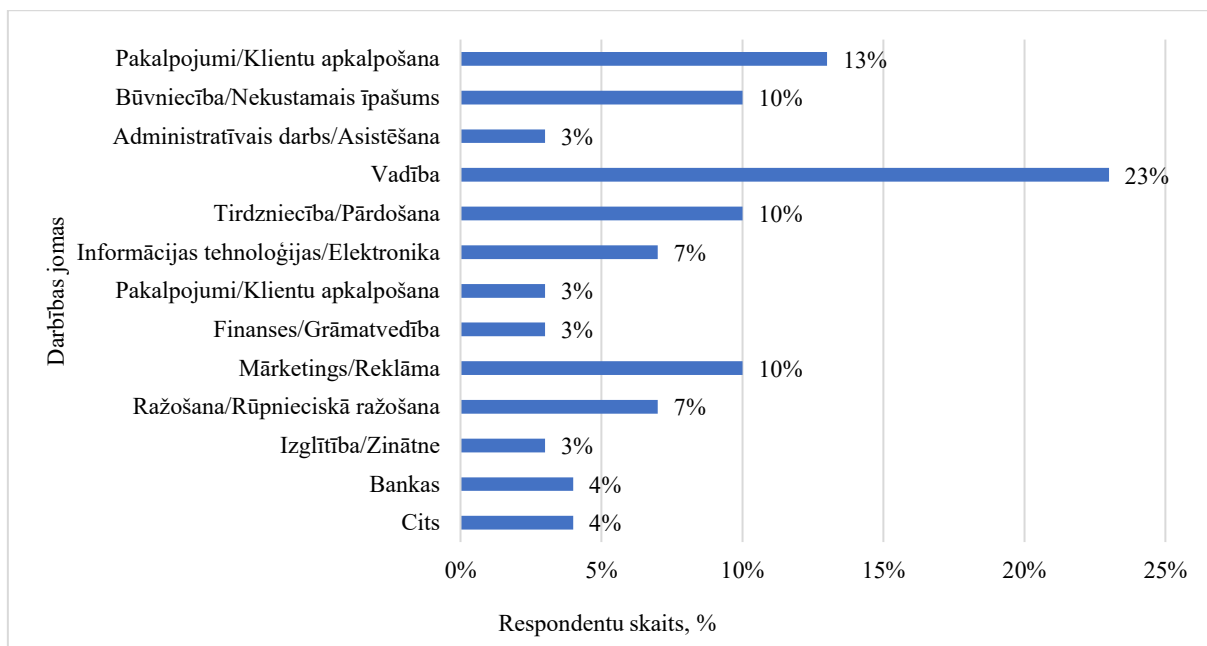
Respondentu sadalījums pa dzimumiem bija – 60% vīriešu (18 respondenti) un 40% sieviešu (12 respondenti).

Vidējais izlases vecums bija 43,9 gadi, jaunākajam respondentam bija 32 gadi, vecākajam – 55. Respondentu sadalījums pa vecumiem – pa 26,5% 30-39 un 50-59 gadīgo vecuma grupā, savukārt 47% 40-49 gadīgo vecuma grupā.

Lielākā daļa respondentu – 57% dzīvoja Rīgā, 33% Pierīgā, 7% Jūrmalā un 3% citā Latvijas pilsētā. Neviens respondents nebija norādījis laukus kā savu dzīvesvietu.

Pēc iegūtās izglītības respondenti iedalāmi – 7% vidējā profesionālā, 27% bakalaurs vai augstākā profesionālā, 63% maģistri un 3% – ar nepabeigtu augstāko izglītību. Neviens respondents nebija norādījis, ka apguvis tikai pamata vai vidējo izglītību, nebija pārstāvēti arī respondenti ar doktora grādu.

3.1. attēlā apkopoti dati par respondentu sadalījumu pēc to darbības jomas.



Avots: autores konstrukcija, pamatojoties uz autores veikto aptauju 2022. gadā

3.1. att./ Fig. 3.1. **Respondentu darbības joma, % no aptaujāto kopskaita/ Respondents' sphere of activity, % of the total surveyed**

3.1. attēlā redzams, ka lielākā daļa respondentu – gandrīz ceturtdaļa ir vadītāji; otra lielākā daļa – nodarbināti pakalpojumu/ klientu apkalpošanā. Vismazāk respondentu pārstāv tādas jomas kā izglītība un zinātne, administratīvais darbs, banku pakalpojumi, finanses, grāmatvedība, pakalpojumi. Savukārt, pēc tautības lielākā daļa – 94% respondentu bija latvieši, vēl pa 3% bija norādījuši kā savu tautību – krievu un izvēlējušies variantu “cita”.

Apkopojot datus, var secināt, ka aptaujas vidējais statistiskais respondents bija vīrietis, 44 gadus vecs Rīgas iedzīvotājs ar maģistra grādu, nodarbināts vadības jomā, pēc tautības – latvietis.

### Metodoloģijas apraksts

BNI (*Business Network International*) ir pasaules lielākā tīklošanās un ieteikumu organizācija, kuras pamatprincips ir – “devēji ir ieguvēji” (angļu val. *givers gain*) (BNI Western Pennsylvania, n.d.). Tādējādi šīs organizācijas biedriem – uzņēmējiem raksturīgs altruisms, vēlme dot un sniegt palīdzību.

Lai veiktu izpēti par BNI biedru pieredzi ziedošanā (jau minētā *givers gain* principa kontekstā), autore izvēlējās veikt kvantitatīvo pētījumu ar neeksperimentālu dizainu – šķērsgriezuma, ar mērķiem noteikt aprakstošās un sakarību iezīmes. Kā norāda Kamerāde (2016), šķērsgriezuma pētījumu raksturo vienreizēja mērījuma veikšana izlasē. Aprakstošajam šķērsgriezuma pētījumam raksturīga datu ievākšana par vienu vai vairākiem mainīgajiem, lai veidotu aprakstu par indivīdu, grupu vai situāciju. Šī metodoloģija īpaši noderīga mazpētītas parādības izpētei. Savukārt sakarību šķērsgriezuma pētījumam raksturīga secinošās statistikas izmantošana, lai pētītu sakarības tieši starp diviem vai vairāk mainīgajiem, nevis lai tikai aprakstītu mainīgos (Kamerāde, 2016).

Aptauju kā datu ieguves metodi raksturo rakstisku jautājumu kopa, kas, raugoties no atbilžu un jautājumu formu perspektīvas, var būt diapazonā no pilnībā atvērtas līdz pilnībā strukturētai. Šīs jautājumu kopas tās var būt standartizētas un nestandardizētas atkarībā no dažādu faktoru koeksistences, piemēram, pētījuma mērķis, pētnieka resursi, zinātņu joma u. tml. (Pipere, 2016). Testu un aptauju priekšrocības – iespēja iegūt empīriskos datus, ar ekonomisku dažādu resursu patēriņu (laiks, izmaksas u.c.), lielu datu apjomu izguve no lielām izlasēm, kā arī datu vispārināšanas iespēja, savukārt trūkumi – zināms virspusīgums (piem., iespēja nepiefiksēt nozīmīgus datus iepriekš sagatavotu jautājumu dēļ), elastības trūkums, vienpusība un ierobežotas iespējas gūt pilnīgu priekšstatu par pētīto parādību (Pipere, 2016).

Aptaujas var tikt īstenotas gan ar kvalitatīvajām, gan kvantitatīvajām stratēģijām. Kvantitatīvo stratēģiju izmantošana ietver anketēšanu, kas tiek veikta ar aptauju palīdzību, kuras sagatavotas slēgtu jautājumu formā. Visbiežāk atbildes iespējams salīdzinoši viegli pārkodēt ciparu formātā. Tomēr anketēšana kā datu ievākšanas metode satur riskus pieļaut vairākas izplatītas kļūdas: pārklājuma kļūda (kad aptaujas izplatīšana nerasniedz visu līmeņu izlases dalībniekus), reprezentativitātes kļūda (kad izlase tikai daļēji reprezentē vai pat nerepresentē ģenerālo kopu), mērījumu kļūda (kad anketas jautājumi neprecīzi atklāj pētāmo tēmu vai kad jautājumi veicina nepatiesu atbilžu sniegšanu) un atbilžu trūkuma kļūda (kad trūkst atbilžu no visiem izlases dalībniekiem). Šo kļūdu pieļaušanas risku mazināšanai optimālākie pretpasākumi ir – anketēšanas īstenošana, anketu izplatīšana dažādos kanālos, skaidri definēta izlase, dažādas respondentu piesaistes stratēģijas, liela izlase, zinātniski ticami instrumenti, lietotājam draudzīga grafika vai vizuālās iezīmes izplatītajā anketā, kā arī, ja iespējams – atkārtota to respondentu uzrunāšana (angl. *follow-up*), kuri neiesniedza visas atbildes (Ponto, 2015).

Literatūrā veikti arī dažādi pētījumi par to, kāda veida anketas ir efektīvākas, kādi instrumentālie faktori ietekmē optimālāku datu iegūvi ar to palīdzību. Piemēram, 2021. gada pētījumā Ungārijas pētnieki secināja, ka tiešsaistes aptaujās labāk nelikt respondentiem piespiedu kārtā atbildēt uz kādiem vai visiem jautājumiem, bet tā vietā iekļaut opciju “nezinu/neattiecas uz mani” – tā iespējams rosināt respondentus sniegt atbildes uz visiem jautājumiem (Kmetti & Stefkovics, 2021). Citā pētījumā norādīts, ka tiešsaistes anketas sākumkrānam jābūt vienkāršam, lakoniskam, askētiskam, vēlams izvairīties no dažādu krāsu izmantošanas u tml. (Rowley, 2014). Apkopojot, šie secinājumi norāda, ka aptauju izmantošana, anketējot respondentus, ir jābalsta ne vien uz korektiem metodoloģiskajiem principiem, bet to efektivitāti ietekmē arī instrumentālie aspekti.

Autore pētījuma ietvaros izveidoja aptauju, kurā tika iekļauti 20 jautājumi. To skaitā 6 jautājumi bija par respondentu sociāldemogrāfiskajiem parametriem – vecumu, dzimumu, izglītību, dzīvesvietu, darbības jomu, tautību, bet pārējie 14 – par jautājumiem, kuri saistīti ar ziedošanu.

Anketēšana tika veikta platformā *visidati.lv*. Anketas sākumā tika izskaidrots tās mērķis, un respondenti tika informēti, ka viņu dalība aptaujā ir anonīma. Datu ievākšanas periods: no 2021. gada 16. augusta līdz 14. oktobrim.

### **Izlases veidošanas principi**

Teorētiskā izpēte norāda, ka ir divas izlases veidošanas pamata metodes (Kristapsone, 2020):

- nevarbūtīgā – kad respondenti tiek iekļauti izlasē, pētniekam balstoties uz subjektīviem vērtējumiem;
- varbūtīgā – kad respondenti tiek iekļauti izlasē pēc respondentu gatavības piedalīties pētījumā.

Katrai metodei ir savas priekšrocības, tomēr katras izvēlē ir savi noteicošie faktori. Autore savam pētījumam izvēlējās nevarbūtīgo izlases veidošanas metodi, jo autores mērķis bija aplūkot konkrētu grupu – BNI Morbergs. No nevarbūtīgo izlases veidošanas metožu klāsta autore šī pētījuma nolūkiem veica izvēli pēc ērtuma metodes – iekļaujot izlasē tos BNI Morbergs biedrus, kuri paši bija gatavi piedalīties pētījumā.

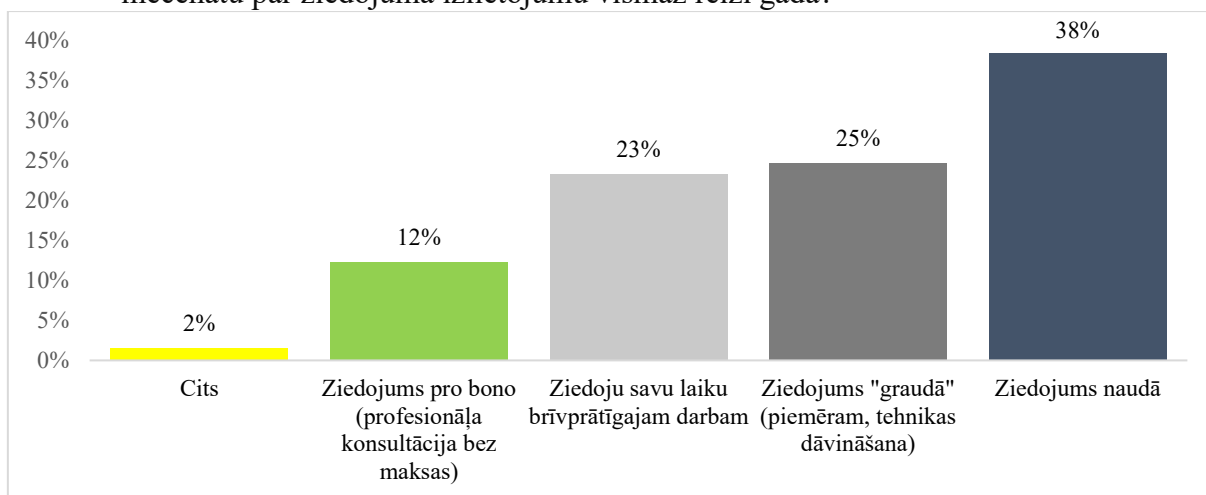
Autores pētījuma izlases galvenie raksturlielumi:

- ģenerālā kopa: N=50 BNI Morbergs grupas biedri.
- izlases lielums: n=30.
- reprezentācijas kļūda: autore to aprēķināja, izmantojot interneta vietnēs QuestionPro (Question Pro, 2023), SmartSurvey (Smartsurvey, 2023) un Survey Monkey (Survey Monkey, 2023) pieejamos kalkulatorus – tie uzrādīja, ka pie 30 respondentu izlases, 50 cilvēku ģenerālās kopas, 95% ticamības līmeņa reprezentācijas kļūda ir 11,43%.

Skaidrojums: izvēlēto atbilžu summa ir iegūta, saskaitot respondentu visas atzīmētās atbildes uz šo jautājumu. Katras atbildes procentuālā vērtība tiek iegūta, konkrētās atbildes izvēlēto reižu skaitu dalot ar kopējo iesniegto atbilžu summu.

Aptaujā aplūkoti nozīmīgākie jautājumi:

1. vai uzņēmēji vairāk ziedo naudā salīdzinot ar ziedojumiem graudā (kā brīvprātīgajiem ziedojot savu laiku un *pro bono* – speciālista konsultācijas bez maksas)?
2. vai ar saviem ziedojumiem uzņēmēji vairāk atbalsta šādus ziedojumu mērķus: labdarība, trūcīgo un sociāli mazaizsargāto grupu sociālās labklājības celšana, izglītības veicināšana un atbalsts sportam?
3. vai motivācija ziedot izraisa gandarījuma un prieka sajūtu, kā arī sacensības garu, ņemot piemēru no citiem mecenātiem?
4. vai veiksmīgākie uzņēmumi veic ziedojumus robežās no 15 000 eiro līdz 50 000 eiro?
5. vai mecenātiem ir svarīgi, lai filantropijas organizācija nodrošinātu savas darbības caurspīdīgumu, būtu patīkami ar to komunicēt, tai būtu nevainojama reputācija, profesionāli darbinieki, nebūtu pārspīlēti administratīvie izdevumi un tā informētu mecenātu par ziedojuma izlietojumu vismaz reizi gadā?

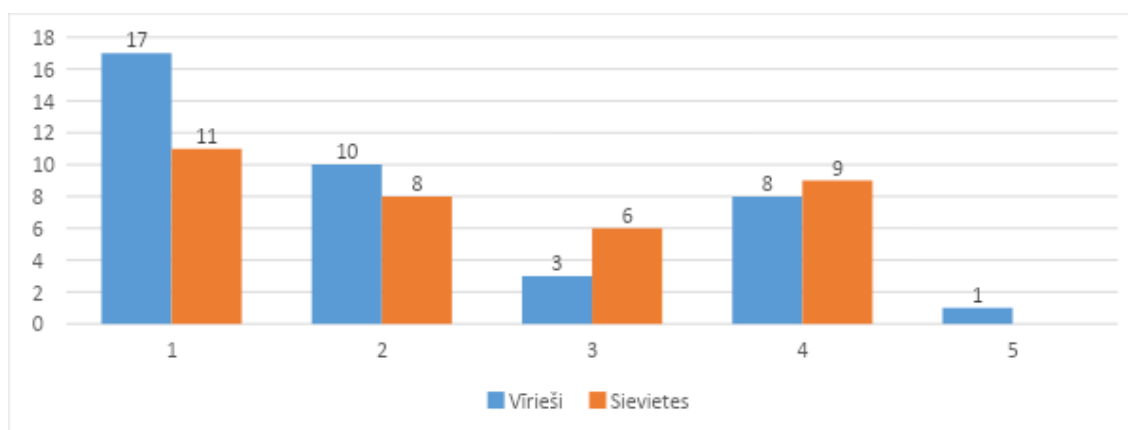


Avots: autores konstrukcija, pamatojoties uz autores veikto aptauju 2022. gadā

3.2. att./ Fig. 3.2. **Ziedojumu veidi/ Types of donations**

Atbildot uz jautājumu par ziedojuma veidiem (3.2. att.), vairākums respondentu norādījuši, ka ziedojusi, izmantojot klasisko ziedošanas veidu, – ziedojumus graudā. Tikai 2% starpība ir ziedojumiem graudā un sava laika ziedojumiem, darbojoties kā brīvprātīgajiem. Vismazāk izmantotais ziedošanas veids ir *pro bono* ziedojumi – izcilu, profesionālu speciālistu konsultācijas bez maksas. Tikai 1% respondentu norādījis citu ziedošanas veidu, –individuālo akciju ziedojums.

3.3. attēlā redzams, ka ziedojumus naudā aktīvāk veic vīrieši, savukārt sievietes ir aktīvākas ziedotājas “graudā” un brīvprātīgā darba veicējas.



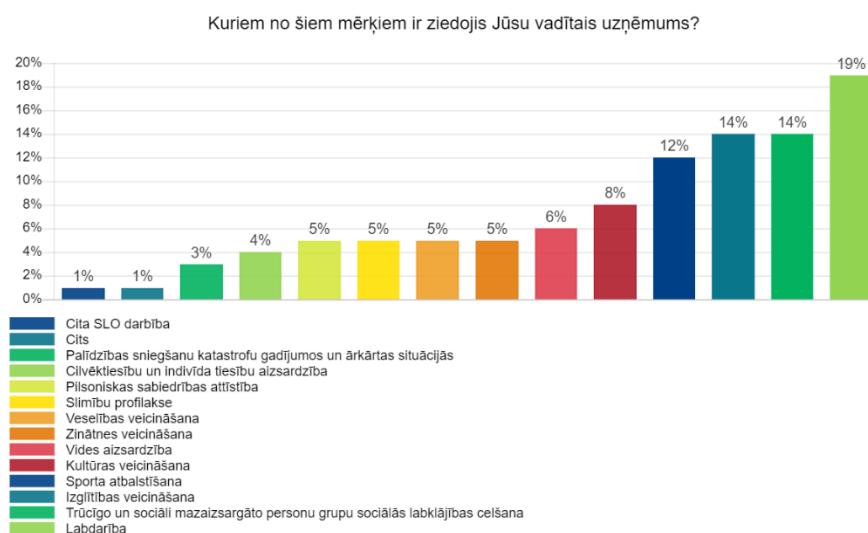
- 1 – Ziedojumi naudā
- 2 – Ziedojumi *pro bono*
- 3 – Ziedo laiku kā brīvprātīgais (-ā)
- 4 – Ziedojums “graudā”
- 5 – Cits

Avots: autores konstrukcija, pamatojoties uz autores veikto aptauju 2022. gadā

### 3.3. att./ Fig.3.3. Ziedojumu veidi un ziedotāja dzimums/ Types of donations and donor's gender

Turpmākajai analīzei izmantots Hi kvadrāta tests (*hi-square*), kas parasti tiek izmantots, lai noteiktu, vai kādas (uztvertās) frekvences ir novirzītas no frekvencēm, kuras varētu sagaidīt saskaņā ar noteiktu hipotēzi (Kristapsone, 2020). Pielietojums ekonomikas statistikā galvenokārt saistīts ar divu problēmu kopumu risināšanu. Tests tika veikts attiecībā uz ziedojumu veidiem un dzimumiem.

Tā kā  $\chi^2 = 3,24 < \chi^2_{0.05} = 9,49$  ( $df=4$ ,  $Sign.=0.000$ ,  $n=73$ ), tad nulles hipotēze ir apstiprināta un atbildes uz anketas jautājumu par ziedojumu veidiem starp respondentiem pēc dzimuma būtiski neatšķiras.

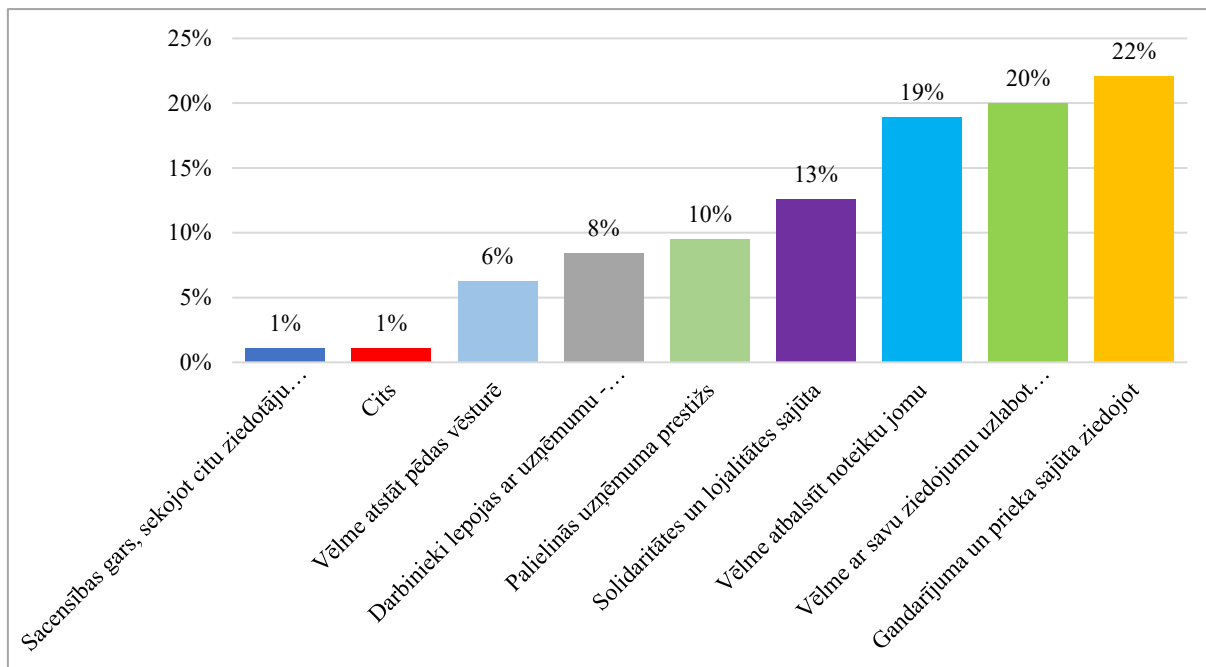


Avots: autores konstrukcija, pamatojoties uz autores veikto aptauju 2022. gadā

### 3.4. att./ Fig. 3.4. Ziedojumu mērķi/ Goals of donations

Sabiedriskā labuma statusu var saņemt tās organizācijas, kuru darbība veltīta kādam no 13 likumdošanā paredzētajiem mērķiem: cilvēktiesību un indivīda tiesību aizsardzībā, izglītības veicināšanā, kultūras veicināšanā, labdarībā, palīdzības sniegšanā katastrofu gadījumos un ārkārtas situācijās, pilsoniskās sabiedrības attīstībā, sabiedrības, it īpaši trūcīgo un sociāli mazaizsargāto personu grupu, sociālās labklājības celšanā, slimību profilaksē, sporta atbalstīšanā, veselības veicināšanā, vides aizsardzībā, zinātnes veicināšanā, un kuras vāc

ziedojumus šo mērķu īstenošanai. Šajā aptaujā tika dota iespēja atzīmēt arī citu mērķi papildus norādītajiem 13 mērķiem (skat. 3.4. att.). Rezultāti liecina, ka pirmie četri visaktuālākie ziedošanas mērķi ir šādi: labdarība; trūcīgo un sociāli mazaizsargāto personu grupu sociālās labklājības celšana; izglītības veicināšana; atbalsts sportam. Pie atbildes varianta “cits mērķis”, kuru izvēlējās 1% no respondentiem, bija norāde, ka ziedojums veikts bērniem bez vecākiem vai pamestajiem bērniem.

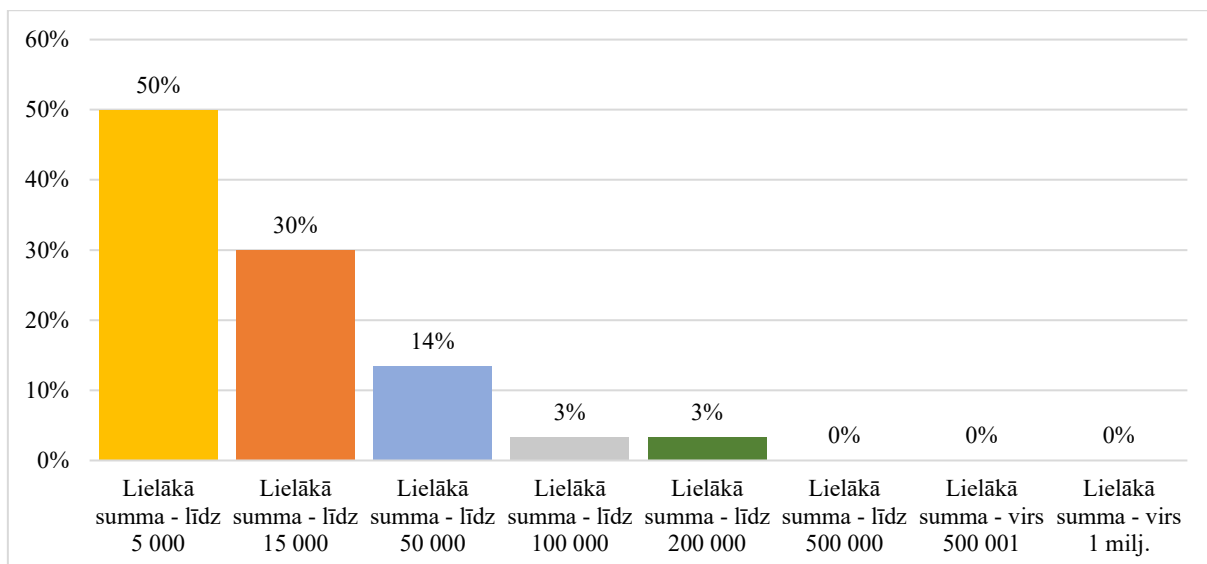


Avots: autore konstrukcija, pamatojoties uz autores veikto aptauju 2022. gadā

3.5. att./ Fig. 3.5. **Motivācija ziedot/ Motivation to donate**

Uz jautājumu par motivāciju ziedot (3.5. att.), visvairāk tik norādīts, ka tas sniedz gandarījumu un prieku ziedojot (22%). Atpaliekot par pāris procentpunktiem, seko vēlme ar savu ziedojumu uzlabot sabiedrības dzīves kvalitāti (20%), savukārt vēl par 1% atpaliek vēlme atbalstīt noteiktu jomu. 13% respondentu zieduši solidaritātes un lojalitātes vadīti. Tikai 1% ziedojuši, lai sacenstos ar citiem, ņemot piemēru no citiem. Autore pieļauj, ka sacensības gars tik reti bijis par motivāciju tādēļ, ka filantropijas organizācijas šo apstākli nevēlas izmantot ziedošanas kampaņās.

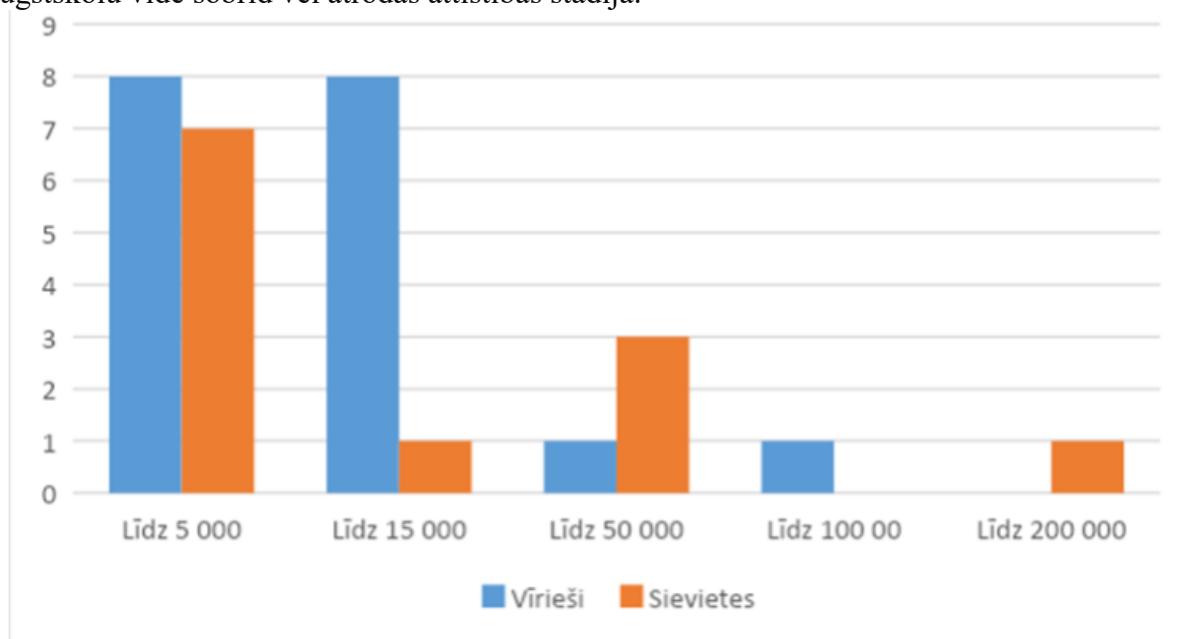




Avots: autores konstrukcija, pamatojoties uz autores veikto aptauju 2022. gadā

3.6. att./ Fig. 3.6. **Ziedojumu apjomi/ Amount of donations**

Aptaujas rezultāti norāda, ka, atbildot uz jautājumu par lielāko ziedoto summu, puse respondentu atbildēja, ka ziedojuši summas līdz 5 000 eiro. Vien 30% no respondentiem ziedojuši summas līdz 15 000 eiro. Salīdzinājumam, ārvalstu pētījumos norādīts, ka ziedojumu summas parasti ir lielākas (Saiia, Carroll, Buchholtz, 2003). Autore uzskata, ka te rodams filantropijas organizāciju uzdevums un izaicinājums darbā ar absolventiem, kas Latvijas augstskolu vidē šobrīd vēl atrodas attīstības stadijā.



Avots: autores konstrukcija, pamatojoties uz autores veikto aptauju 2022. gadā

3.7. att./ Fig. 3.7. **Ziedojumu apjomi un dzimums/ Amount of donations and gender**

Attēlā redzams, ka grupā, kuri ziedojuši līdz 5 000 eiro, nav nozīmīgas proporcionālas atšķirības vīriešiem un sievietēm, savukārt starp ziedotājiem līdz 15 000 eiro pastāv izteikts vīriešu pārsvars. Sieviešu veiktie ziedojumi līdz 50 000 eiro apmērā par divām trešdaļām pārsniedz vīriešu ziedojumus šajā amplitūdā.

Tika izmantots Hi kvadrāta tests. Tā kā  $\chi^2 = 3,24 << \chi^2_{0.05} = 9,49$  (df=4, Sign.=0.000, n=73), tad nulles hipotēze ir apstiprināta un atbildes uz anketas jautājumu par ziedojumu veidiem starp respondentiem pēc dzimuma būtiski neatšķiras.

Svarīgs aspekts, kas norādīts filantropijas teorijās – pateicības izteikšana mecenātam par ziedojumu. Uz jautājumu “Vai filantropijas organizāciju pateicība par veikto ziedojumu atbilst gaidītajam?”, 87% respondentu atbildēja pozitīvi, savukārt tikai 13% atbildēja noraidoši, tomēr tas uzskatāms par diezgan lielu īpatsvaru. Tas norāda, ka filantropijas organizācijām būtu jāvelta lielāka uzmanība komunikācijas uzlabošanai. Šī aspekta nozīmīgumu uzsver arī vairums pētnieku (Romano, Gallaher, Shugart, 2010).

Respondentiem bija iespēja izteikt priekšlikumus, kas filantropijas organizācijām būtu jāuzlabo komunikācijā ar saviem mecenātiem. Tika saņemtas šādas četras atbildes:

- “trūkst komunikācijas, par ziedojumu jēgpilnu izmantošanu.”
- “vairāk pieejamā informācija par organizāciju.”
- “grūti izvērtēt. Katrā gadījumā šī atgriezeniskā saite var būt savādāka. Man ir gadījies arī, ka nepasaka paldies.”
- “grūti pateikt... Iespējams, ka ziedotās naudas pielietojuma atskaite.”

Saņemtās atbildes norāda, ka būtiski ir ne tikai pateikt paldies, bet arī pateikties tādā veidā, lai ziedojot mecenātam rastos gandarījums un prieks. Būtisks aspekts, kas norādīts arī literatūrā, ir caurspīdīguma principa ievērošana (Trussel, Parsons, 2003). Tas nozīmē, ka jābūt pieejamām atskaitēm par ziedojuma izlietojumu. Parasti atskaišu sagatavošanu filantropijas organizācijās nodrošina grāmatveži, kas šo informāciju sagatavo filantropijas organizāciju vadībai, savukārt vadība sazinās ar mecenātiem, lai šo informāciju nodotu tālāk. Piemēram, Latvijas Universitātes fonds šos nosacījumus paredz jau ziedojumu līgumos (**4. pielikums**), pie Ziedotāja tiesībām ieliekot punktu šādā redakcijā: “jebkurā laikā pārbaudīt filantropijas organizācijai piešķirtā Ziedojuma izlietošanu, pieprasot no filantropijas organizācijas informāciju, kas Mecenātam nepieciešama, lai pārliecinātos, ka piešķirtais Ziedojums tiek izlietots atbilstoši Līgumā nolīgtajam. Filantropijas organizācijai ir pienākums ne vēlāk kā 10 (desmit) darba dienu laikā pēc Mecenāta pirmā pieprasījuma sniegt Mecenātam informāciju, ko Mecenāts pieprasījis filantropijas organizācijai nolūkā pārbaudīt piešķirtā Ziedojuma izlietošanu.” Līdz ar to kā ziedotājs, tā filantropijas organizācija vienojušās par konkrētiem soļiem atskaišu iesniegšanai.

Uz jautājumu par to, vai respondenti vēlētos, lai filantropijas organizācija publiski lepotos ar saņemto ziedojumu, atbildes dalījās līdzvērtīgi – puse piekristu un puse nepiekristu. Savukārt literatūrā minēts, ka mecenātiem ir svarīgi, lai par viņu ziedojumu uzzinātu plašāka sabiedrības daļa, tādējādi mecenāti ar savu piemēru varētu rosināt ziedot arī citus (Clark, 2002). Viss izteiktāk tas attiecas uz augstskolu absolventiem. Laba piemēra rādīšana ir būtisks apstāklis, lai sekmētu ziedošanu (Kumru, Vesterlund, 2010).

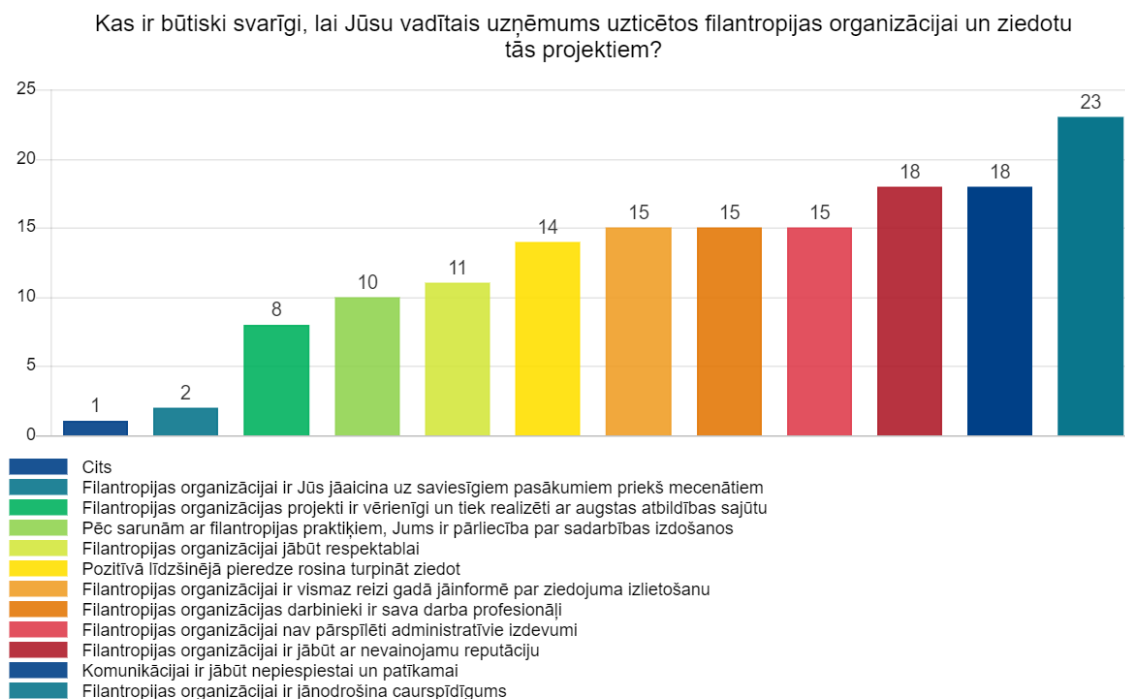
Atbildot uz jautājumu, vai uzņēmumiem, kas ziedo, ir sava ziedošanas stratēģijas politika, 70% respondentu atbildēja, ka šādas politikas nav. Literatūrā tomēr norādīts, ka vairumam uzņēmumu ir izstrādātas šādas ziedošanas stratēģijas un politikas (Kamens, 1985). Šī pētījuma autore pieļauj, ka tieši līdz ar neatkarības atgūšanu uzņēmumiem Latvijā parādījās iespēja uzsākt sadarbību ar filantropijas organizācijām. Tādējādi Latvijas uzņēmumu rīcībā bijis pavisam neilgs laiks, lai pārņemtu ārvalstu partneru pieredzi ziedošanas politiku veidošanā.

Respondentiem bija iespēja atbildēt uz jautājumu, vai viņi veic ziedojumus katru gadu. 70% no respondentiem veic ziedojumus katru gadu. Arī literatūrā rodams apliecinājums, ka tie, kuri uzsākuši ziedot, to dara regulāri (Harbaugh, 1998).

Jautāti par to, vai konkrēta mērķa norādīšana palīdz uzņēmumam pieņemt lēmumu par labu ziedojuma veikšanai, 73% no respondentiem atbildēja apstiprinoši. Tas nozīmē, ka filantropijas praktiķiem būtu jāveido potenciālo ziedojumu mērķu saraksti ar aprakstiem. To apstiprina arī filantropijas pētnieki (Sung, 2014).

Nākamais aptaujas jautājums bija veltīts korporatīvajai reputācijai, un 83% respondentu piekrita apgalvojumam, ka ar ziedošanas palīdzību uzņēmumi uzlabo savu korporatīvo reputāciju. Literatūras izpētē konstatēti līdzīgi apstiprinājumi tam, ka uzņēmumiem sava korporatīvā reputācija ir svarīga (Romano, Gallaher, Shugart, 2010).

Latvijas sabiedrībā valda uzskats, ka uzņēmēji ziedo tāpēc, ka iespējams saņemt nodokļu atlaides. Tādējādi pārsteidzošs ir autores veiktās aptaujas rezultāts – 90% respondentu atbildēja, ka viņu uzņēmumi ziedotu arī tad, ja nodokļu atlaižu nebūtu. Savukārt literatūrā rodams atšķirīgs viedoklis, – ka uzņēmējiem tomēr ir svarīgi, ka, ziedojot filantropijas organizācijai, ir iespējams saņemt nodokļu atlaides (Reece, Zieschang, 1985; Pellew, Goldman, 2018; Hall, 2003; Feldman, 2010; Jones, Posnett, 1991).

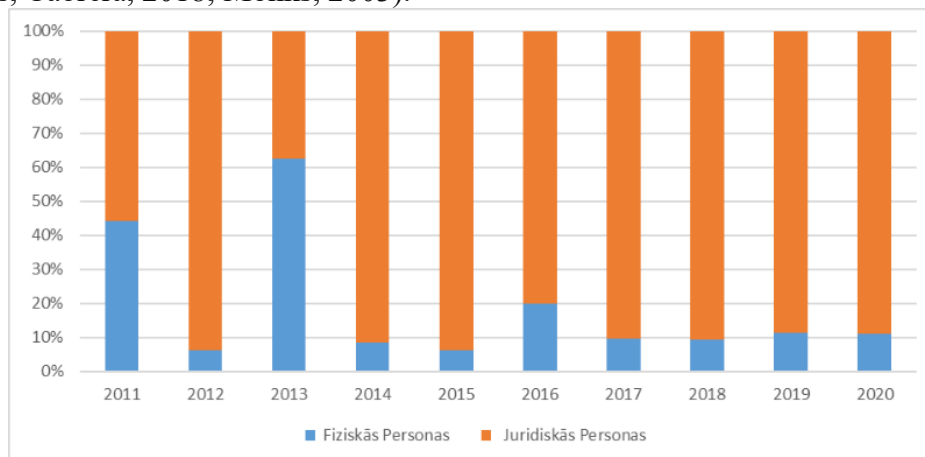


Avots: autores konstrukcija, pamatojoties uz autores veikto aptauju 2022. gadā

### 3.8. att./ Fig. 3.8. Filantropijas organizācijas raksturojums/ *Characteristics of philanthropy organisation*

Beidzamais aptaujas jautājums – kādai jābūt filantropijas organizācijai, lai uzņēmums vēlētos tai uzticēties un ziedot. Atbildot uz šo jautājumu, respondenti varēja izvēlēties vairākas atbildes (skat. 3.8. att.). No visām piedāvātajām izvēlēm 23% uzņēmēju vissvarīgākais bija filantropijas organizācijas caurspīdīgums. Tas nozīmē, ka filantropijas organizācijai jānodrošina informācija par ziedojuma izlietojumu. Piemēram, Latvijas Universitātes fonds šo caurspīdīguma noteikumu iekļauj ziedojumu līgumos, kur norāda, ka jebkurā laikā pārbaudīt LU fondam piešķirtā Ziedojuma izlietošanu, pieprasot no LU fonda informāciju, kas mecenātam nepieciešama, lai pārliecinātos, ka piešķirtais ziedojums tiek izlietots atbilstoši līgumā nolīgtajam, kā arī, ka LU fondam ir pienākums ne vēlāk kā desmit darba dienu laikā pēc mecenāta pirmā pieprasījuma sniegt mecenātam informāciju, ko mecenāts pieprasījis LU fondam nolūkā pārbaudīt piešķirtā ziedojuma izlietojumu. 18 uzņēmēji no piedāvātajām atbildēm par svarīgu uzskata to, ka filantropijas organizācijai jābūt ar nevainojamu reputāciju un komunikācijai ar filantropijas organizāciju jābūt nepiespiestai un patīkamai. 15 uzņēmēji par vienlīdz svarīgu uzskata to, ka filantropijas organizācijai vismaz vienreiz gadā jāinformē ziedotāji par ziedojuma izlietojumu, turklāt jādod iespēja pārliecināties, ka tai nav pārspīlēti administratīvie izdevumi un ka filantropijas organizācijā strādā profesionāļi. 14 uzņēmēji norādījuši, ka veiksmīga pieredze sadarbībā ar filantropijas organizācijām kalpo par pamatu turpināt ziedot konkrētām filantropijas organizācijām ik gadu. 11 uzņēmēji atzīmējuši, ka filantropijas organizācijai jābūt respektablai. Savukārt 10 uzņēmēji apliecinājuši, ka nozīmīga loma piemīt komunikācijai ar filantropijas organizācijas darbiniekiem un pārliecībai, kas rodas sarunu rezultātā, ka šī sadarbība izdosies. 8 uzņēmēji piekrīt apgalvojumam, ka filantropijas organizācijas projektiem jābūt vērienīgiem un realizētiem ar augstu atbildības sajūtu. Tikai 2

uzņēmēji norādījuši, ka labprāt apmeklētu pasākumus, ko filantropijas organizācijas organizē saviem mecenātiem. Viens uzņēmējs, izvēloties atbilžu variantu “cits” piebilda, ka ziedojuma mērķiem būtu jāsaskan ar uzņēmuma interesēm. Vairākums respondentu norādījuši, ka viņiem ir svarīgi sadarboties ar filantropijas organizācijām, kuras nodrošinājušas finanšu plūsmas caurspīdīgumu, var lepoties ar nevainojamu reputāciju, profesionāliem darbiniekiem, turklāt panākušas, ka tām nav pārspīlēti administratīvie izdevumi un kuras nodrošina pārskatu par izlietotajām finansēm vismaz reizi gadā. Literatūrā arī tiek augstu vērtēts filantropijas organizācijas caurspīdīgums (Cooks, Sokolic, 2009), nevainojamā reputācija (Caboni, 2010) un patīkama savstarpējā komunikācija (Core, Donaldson, 2010; Pedro, Pereira, Carrasqueira, 2018; Weerts, Cabrera, 2018; Monks, 2003).



Avots: autores konstrukcija pēc Lursoft datu bāzes

**3.9. att./ Fig. 3.9. Fizisko un juridisko personu ziedojumu procentuālais sadalījums Latvijā no 2011. līdz 2020. gadam/ Procentual breakdown of donations from physical and legal entities in Latvia from 2011 to 2020**

3.9. attēlā redzams, ka aktīvāki ziedotāji ir bijuši juridiskas personas – uzņēmumi, kuru procentuālais īpatsvars 2020. gadā sasniedza 90% no kopējā apjoma.

Šī pētījuma gaitā tika analizēti dati no Lursoft datu bāzēm, raksturojot visu valsts augstskolu dibināto filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendences laika posmā no 2011. gada līdz 2020. gadam ieskaitot, izmantojot Pīrsona korelācijas metodi, – apskatīti visu filantropijas organizāciju saņemtie ziedojumi no fiziskām un juridiskām personām.

Pīrsona korelācijas koeficients ir aprakstošās statistikas rādītājs. Tas ir lineārs mērījums starp diviem kvantitatīvajiem nejaušajiem mainīgajiem, kas ļauj uzzināt starp tiem esošo attiecību intensitāti un virzienu (Rodgers, Nicewander, 1988).

Pēc aprēķiniem tika konstatēta statistiski nozīmīga korelācija starp fizisko un juridisko personu ziedojumiem, sagatavoti grafiki ziedojumiem pa gadiem.

Balstoties uz autores veiktās aptaujas rezultātiem var secināt, ka privātpersonu ziedojumi no 2011. līdz 2020. gadam ir bijuši salīdzinoši nelieli (mazākais režīms = 180 eiro, vidējā vērtība = 60 645 eiro) un mazāki par 500 000 eiro.

3.9. attēlā redzams, ka juridisko personu ziedojumi parasti ir daudz lielāki (režīms = 1 575 eiro, vidējā vērtība = 236 412 eiro), bet lielākā daļa ziedojumu nepārsniedz 500 000 eiro. Situācija kopumā gadu gaitā būtiski nemainās.

Pavisam kopā no 2011. līdz 2020. gadam filantropijas organizācijas Latvijā no fiziskām personām saņēmušas ziedojumos 369 378 eiro, savukārt no juridiskām personām 14 421 165 eiro, kopā – 18 120 543 eiro (Lursoft dati).

### 3.2 Valsts dibināto augstskolu filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendences/ *Fundraising trends of state-founded higher education institution philanthropic organisations*

Apakšnodaļas mērķis ir izpētīt Latvijas valsts dibināto augstskolu filantropijas organizācijām raksturīgās ziedojumu piesaistes tendences. Autore izvēlējās divas datu vietas: Lursoft datu bāzi finanšu rādītājiem un saturiskās atskaites, kas publicētas LR Finanšu ministrijas mājas lapā, sadaļā par sabiedriskā labuma organizācijām, kur var atlasīt visu sabiedriskā labuma organizāciju sagatavotos un pieņemtos gada pārskatus par periodu, kad tām ir spēkā esošs sabiedriskā labuma statuss. Autore izpētīja augstskolu dibināto filantropijas organizāciju gada pārskatus par laika periodu no 2011. gada līdz 2022. gadam ieskaitot. Šai apakšnodaļai autore izvēlējās filantropijas organizāciju gada pārskatus no 2015. gada līdz 2022. gadam ieskaitot. Šis laika periods izvēlēts tādēļ, lai pētītu ziedojumu piesaistes dinamiku ierobežotākā laika posmā, lai varētu analizēt filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes kampaņu nozīmību uz ziedojuma pieauguma vai ziedojumu krituma tendencēm. Tika pētītas arī 2019. gada tendences, lai varētu secināt, vai Covid-19 ietekmējis ziedojumu piesaistes tendences. Visas filantropijas organizācijas aktīvāk vai mazāk aktīvi veido sadarbību ar absolventiem. Pavisam kopā analizētas 35 pārskatu aprakstošās daļas un informācija par saņemtajiem ziedojumiem, dāvinājumiem, norādītajiem ieņēmumiem kopā un izdevumiem kopā, – piecu gadu dinamika. Pētījumā iekļautās septiņas filantropijas organizācijas: Rīgas Juridiskās Augstskolas fonds, Latvijas Universitātes fonds, Latvijas Biozinātņu un tehnoloģiju universitātes Attīstības fonds, Rīgas Tehniskās universitātes Attīstības fonds, Rīgas Stradiņa universitātes fonds, Vidzemes Augstskolas fonds un Banku augstskolu fonds. Izpētītas un analizētas katras filantropijas organizācijas ziedojumu piesaistes tendences.

1. Dati par **Rīgas Tehniskās universitātes Attīstības fondu** liecina, ka 2015. gadā izmaksātas studiju atbalsta, pētniecisko darbu un praktisko iemaņu veicināšanas stipendijas kopumā 539 personām 396 431,56 eiro apmērā. Laika posmā no 2015. gada 15. aprīļa līdz 15. jūnijam īstenota pirmā šāda veida sabiedrības uzmanības un ziedojumu piesaistes kampaņa, RTU Inženierzinātņu vidusskolai 2015. gadā kopā piesaistot 77 123,99 eiro no dažādiem uzņēmumiem un privātpersonām.

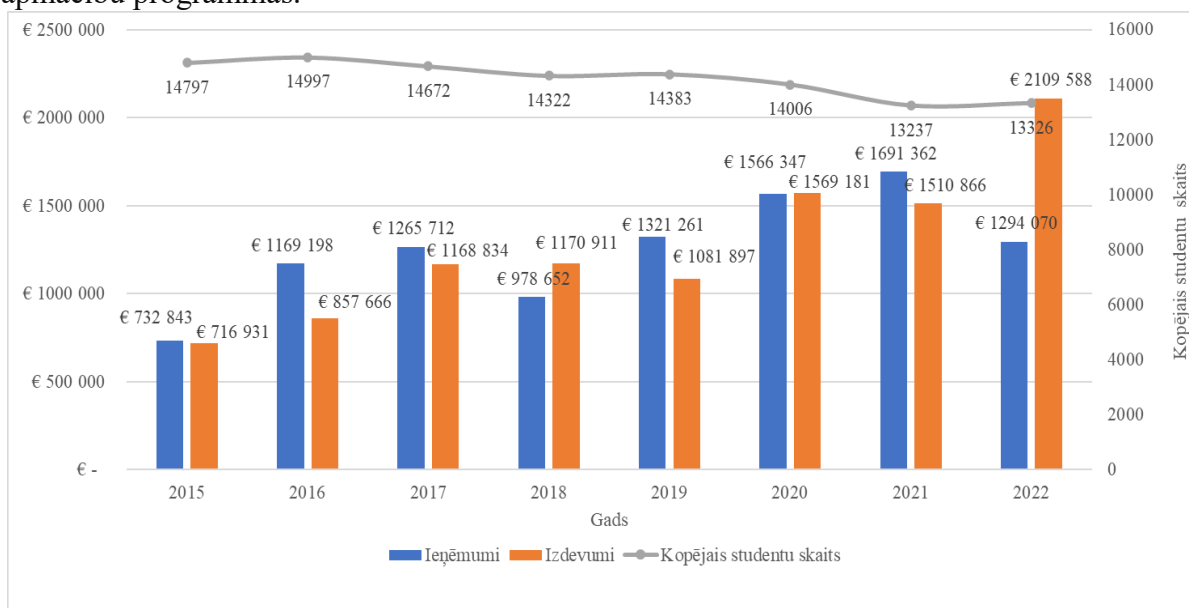
RTU Attīstības fonda gadījumā 3.10. attēlā redzams, ka straujš palielinājums izveidojās 2016. gadā. Skaidrojums tam – 2015. gadā dibināta Rīgas Tehniskās universitātes Inženierzinātņu vidusskola, kuras attīstībai aktīvi tika vākti ziedojumi no uzņēmumiem, īpašu uzsvāru liekot uz uzņēmumiem, kuri pieder, vai kurus vada absolventi, kā arī no absolventiem – privātpersonām. Tendence saglabājas stabila divu gadu garumā, kad notika šī ziedojumu vākšanas kampaņa, savukārt 2018. gadā redzams straujš ziedojumu pieplūdes kritums, – tāds parasti vērojams pēc lielu ziedojumu vākšanas kampaņu beigām.

2016. gadā gada laikā kopumā īstenoti 109 stipendiju konkursi, piešķirot stipendijas par sasniegumiem studijās, zinātnē un pētniecībā, sportā, kā arī praktisko iemaņu veicināšanai, sniedzot atbalstu 682 stipendiātiem kopumā 651 283,80 eiro apmērā. Laika posmā no 2016. gada 1. septembra līdz 30. novembrim tika īstenota sabiedrības uzmanības un ziedojumu piesaistes kampaņa RTU Inženierzinātņu vidusskolai “Uzlādē izglītības kvalitāti”, kas noslēdzās ar piesaistītiem ziedojumiem 36 394,00 eiro apmērā no dažādiem uzņēmumiem un privātpersonām, kā arī 5500 domubiedru balsīm “PAR” un 312 praktiskiem piedāvājumiem un idejām inženierzinātņu popularizēšanai un attīstībai kopumā.

2017. gadā īstenots 291 stipendiju konkurss, piešķirot stipendijas par sasniegumiem studijās, zinātnē un pētniecībā, sportā, kā arī praktisko iemaņu veicināšanai, sniedzot atbalstu 753 stipendiātiem. Ar VAS “Latvijas Dzelzceļš” un SIA “LDZ CARGO” finansiālu atbalstu 90 000,00 eiro apmērā, kas tika saņemts 2016. gadā, pabeigta dzelzceļa inženieru radošās laboratorijas labiekārtošana, lai nodrošinātu efektīvāku studiju procesu.

2018. gadā īstenots kopumā 281 stipendiju konkurss par sasniegumiem studijās, zinātnē un pētniecībā, sportā, kā arī praktisko iemaņu veicināšanai, sniedzot atbalstu 743 stipendiātiem.

Inovātīvu produktu izstrādes darbnīcas 2018. gadā tika papildinātas ar jaunām tehnoloģijām, lai varētu realizēt sarežģītākus projektus un veicināt kvalitatīvu jaunu produktu izstrādi Latvijā. Pateicoties ziedojumam, iegādāti 10 portatīvie datori 3D modelēšanas un robotu programmēšanas apmācībai, sniedzot iespēju studentiem un skolēniem nodrošināt specifiskas apmācību programmas.



Avots: autores konstrukcija, balstoties uz Lursoft datiem

### 3.10. att./ Fig. 3.10. RTU Attīstības fonda rādītāji (2015.-2022.)/ RTU Development Fund indicators (2015-2022)

2019. gadā īstenoti kopumā 246 stipendiju konkursi, piešķirot stipendijas kopumā 880 stipendiātiem. RTU Dizaina fabrikas inovātīvu produktu izstrādes darbnīcas 2019. gadā tika papildinātas ar jaunām tehnoloģijām, lai varētu realizēt sarežģītākus projektus un veicināt kvalitatīvu jaunu produktu izstrādi Latvijā.

Turklāt jāņem vērā, ka 2019. gads pagāja Covid-19 ēnā, tomēr ziedotāju aktivitāte bija stabila. No 2017. gada līdz 2019. gadam ieskaitot, izdevumu sadaļas ir stabilas. Tas nozīmē, ka izmaksas stipendijām un atbalsts projektiem ir stabils, arī biroja administratīvie izdevumi ir stabili, filantropijas praktiķu komanda netiek palielināta. 2018. gada izmaksu pārsvars pār ieņēmumiem liecina par to, ka šajā gadā tiek tērēti līdzekļi, kas saņemti iepriekšējos gados.

Daļu starpības starp ziedojumiem un dāvinājumiem un ieņēmumiem veido ziedotāju veiktās izmaksas administratīvajiem izdevumiem.

2017. gada un 2018. gada dati no Lursoft nesakrīt ar RTU Attīstības fonda iesniegtajiem datiem Sabiedriskā labuma statusa komisijai, tāpēc informācija attiecībā uz datiem ņemta no Lursoft, bet saturiskā informācija – no filantropijas organizācijas atskaites sabiedriskā labuma statusa komisijai.

2020. gadā kopumā īstenoti 207 stipendiju konkursi par sasniegumiem studijās, zinātnē un pētniecībā, sportā, kā arī praktisko iemaņu veicināšanai, tādējādi piešķirot stipendijas kopumā 952 stipendiātiem 1 102 240 eiro apmērā. Pateicoties gan jauniem, gan ilggadējiem atbalstītājiem, 2020. gadā tika organizēts RTU Lielais auto izlaidums, kas Spilves lidostā vienkopus pulcēja absolventus vairāk nekā 500 automašīnās, – unikāls absolventiem veltīts pasākums Latvijā, kura ietvaros RTU kopā ar sadarbības partneriem bija iespēja akcentēt inženierzinātņu jomas nozīmi sabiedrībā. Pateicoties 2019. gada nogalē no uzņēmuma SIA “Mikrotīkls” saņemtajam ziedojumam 250 000,00 eiro apmērā, visa 2020. gada garumā norisinājās aktīva atbalstīto projektu īstenošana, ko realizēja zinātniskās skaitļošanas centrs. Ar SIA “Mikrotīkls” finansiāli atbalstīta projekta palīdzību centrs ir modernizējis datu tīkla un datu glabāšanas infrastruktūru, kas paver iespējas Latvijas zinātniekiem veikt lielāka apjoma datu

apstrādi. Projekta laikā tika uzstādītas modernas datu glabāšanas iekārtas, kas ļauj datus analizēt efektīvāk un palielināja glabāšanas kapacitāti par vairāk kā pusi petabaita.

2021. gadā uzņēmuma SIA “Mikrotīkls” ziedojums 500 000,00 EUR apmērā visa gada garumā ļāva īstenot zinātniskās skaitļošanas centra projektus, kā arī atjaunot tehnoloģiski novecojušo aparatūru, veikt radioelektronikas institūta programmvadāmo radio un bezvadu sensoru tīklu laboratorijas modernizāciju. Laboratorijas aprīkojums tika papildināts ar modernām komponentēm, nodrošinot mūsdienu radiokomunikāciju sistēmu fiziskā līmeņa realizāciju, testēšanu un izpēti. Ziedojumi izlietoti projektam “RTU Bērnu un jauniešu universitātes centru attīstība”.

2022. gadā kopumā organizēti 691 stipendiju konkurss, sekmējot sasniegumus studijās, zinātnē un pētniecībā, sportā, kā arī praktisko iemaņu veicināšanai, tādējādi piešķirot stipendijas 995 stipendiātiem 1 354 881 eiro apmērā. Kopā ar sadarbības partneriem tika aktualizēta inženierzinātņu jomas nozīme sabiedrībā. Pateicoties gan jauniem, gan ilggadējiem atbalstītājiem, 2022. gadā tika organizēts RTU 160 gadu jubilejas koncerts un Lielais izlaidums Mežaparkā, kas pulcēja vairāk kā 13 000 dalībnieku. Pateicoties 2022. gadā no uzņēmuma SIA “Mikrotīkls” saņemtajam ziedojumam 1 miljona eiro apmērā, visa 2022. gada garumā norisinājās aktīva līdzšinējo projektu īstenošana. Kopumā var secināt, ka RTU Attīstības fondam kā filantropijas organizācijai raksturīga stabila attīstība (skat. 3.10. att.).

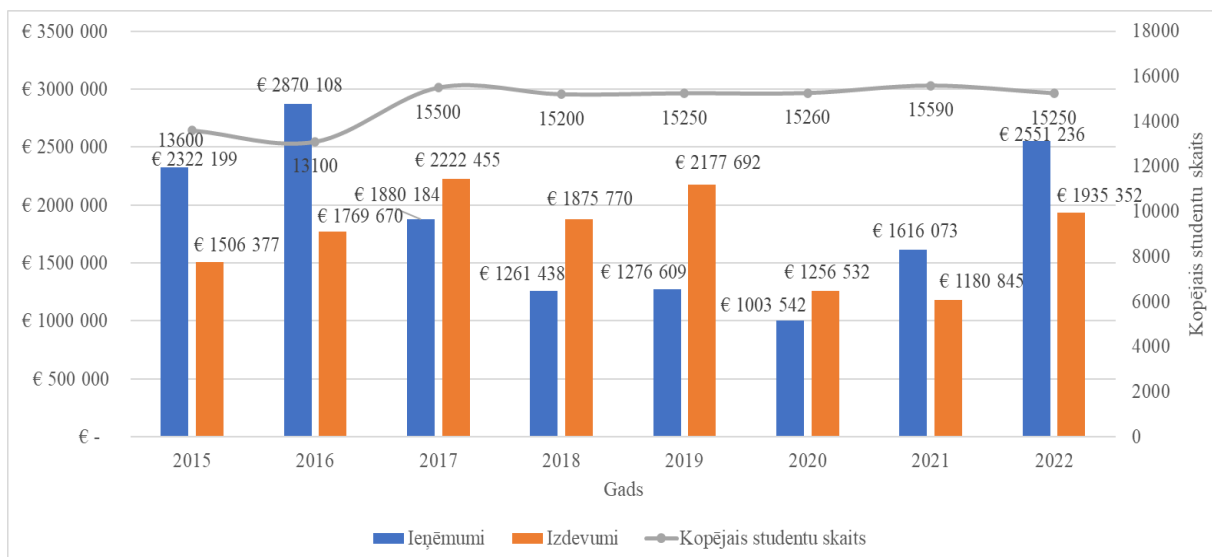
2. Līdzīgi RTU Attīstības fondam, arī **Latvijas Universitātes fonda** rādītājos vērojama stabila izdevumu tendence (3.11. att.). 2018. gadā vērojams augsts ziedojumu rādītājs, kas skaidrojams ar SIA “Mikrotīkls” ziedojumu 1 miljona eiro apmērā. Nākamo trīs gadu izdevumi pārsniedz ieņēmumus, jo 2015. un 2016. gadā SIA “Mikrotīkls” ziedojuma līdzekļi tika novirzīti pētniecības projektiem, kas turpinājās no dažu mēnešu perioda līdz pat projektiem trīs gadu garumā, tātad ziedotie līdzekļi tika atlikti izlietošanai uz vēlāku periodu, kā to paredz iesniegtais un apstiprinātais pētnieku projekts. Viens no SIA “Mikrotīkls” līdzīpašniekiem ir Latvijas Universitātes absolvents, savukārt otra līdzīpašnieka ģimenes locekļi bijuši cieši saistīti ar Latvijas Universitāti. Šis dāsnais LU absolventa uzņēmuma ziedojums ir līdz šim lielākais, ko absolventi mūsdienās ziedojuši savai universitātei (LU fonds, 2023).

2015. gadā LU fonds atbalstījis 476 studentus, kā arī dažādus LU pētniecības projektus. 2016. gadā stipendijas saņēmuši visu studiju līmeņu un virzienu studenti – kopskaitā 646, atbalstīti 34 dažādi pētniecības un infrastruktūras projekti. 2017. gadā 543 studenti no visiem studiju līmeņiem un studiju virzieniem saņēmuši stipendijas. Salīdzinot ar 2016. gadu, ziedotāju skaits pieaudzis vairāk nekā četras reizes. Tas skaidrojams ar LU Absolventu kluba organizēto Absolventu dienu LU Botāniskajā dārzā, kur piedalījās vairāk kā 400 dalībnieki un ieeja bija par ziedojumiem. 2018. gadā stipendijas saņēmuši 549 studenti no visiem studiju līmeņiem un virzieniem. Sadarbībā ar ilggadējo LU fonda mecenātu Pēteri Alunānu, LU fonds izgājis Baltijas telpā – pateicoties mecenāta iniciatīvai, tika piešķirta pirmā P. Alunāna ģimenes stipendija Viļņas Universitātes studentei.

2019. gadā 286 studenti no visiem studiju līmeņiem, kā arī un izcili zinātnes, kultūras un sporta darbinieki saņēmuši LU fonda administrētas stipendijas. Krasas izmaiņas stipendiju skaitā skaidrojamas ar to, ka LU fonds no 2019. gada vairs nesadarbojas ar mecenātiem, kas vēlas ar saviem ziedojumiem atbalstīt prakses stipendijas.

Līdzīgi kā RTU Attīstības fonda gadījumā, arī LU fonda izdevumi laika posmā no 2017. gada līdz 2019. gadam pārsniedz saņemto ziedojumu summu, jo ziedojumi iepriekšējos gados bijuši lielāki par izdevumiem (skat. 3.11. att.).





Avots: autores konstrukcija, balstoties uz Lursoft datiem

### 3.11. att./ Fig. 3.11. LU fonda rādītāji (2015.-2022.)/ Foundation of the University of Latvia indicators (2015-2022)

Daļu starpības starp ziedojumiem, dāvinājumiem un ieņēmumiem veido ziedotāju veiktās izmaksas administratīvajiem izdevumiem. LU fonda gadījumā tie ir 10%, saskaņā ar LU fonda valdes lēmumu, turklāt šie līdzekļi nāk tikai no uzņēmumiem, izņemot SIA “Mikrotīkls” ziedojumu. LU fonda ieņēmumus veido arī pašvaldību dotācijas, kas domātas jebkuras Latvijas augstskolas studentiem, kuri piedalījušies stipendiju konkursā, tajā uzvarējuši, jo parādījuši izcilas sekmes un vismaz gadu deklarējušies dotajā pašvaldības teritorijā.

LU fonda gadījumā ieņēmumos ietilpst arī kuponu maksājumi, jo LU fondam pieder ap 5 miljoni eiro, kas izvietoti dažādos vērtspapīra portfeļos, tā veidojot neaizskaramo pamatkapitālu. Latvijas Universitātes fonds ir vienīgais fonds starp Latvijas augstskolu fondiem, kuram ir neaizskaramais pamatkapitāls. Tas izveidots, pateicoties vairākiem testamentārajiem ziedojumiem no ārvalstīm, ziedotāji ir latviešu diasporas pārstāvji.

LU fonda administratīvie izdevumi ir stabili, filantropijas praktiķu komanda netiek papildināta. 2019. gada ziedojumu apjomus un saņemtos dāvinājumus Covid-19 nav ietekmējis. LU fonda rādītāji liecina, – ja netiks investēts filantropijas attīstībā, var iestāties stagnācija.

2020. gadā tika uzsākti jauni, daudzveidīgi projekti, kā arī turpināti iepriekšējā gadā iesāktie. Sekmīgi īstenota virkne projektu: “precīzijas medicīnas stratēģiju izpēte bērnu ļaundabīgo audzēju ārstēšanā”. Projekta mērķis bija uzlabot Latvijas pediatrikās onkoloģijas diagnostikas un ārstniecības kvalitāti, attīstot perspektīvu uz molekulāro izpēti balstītu precīzijas medicīnas pieeju pediatrikās onkoloģijas klīniskajā praksē Latvijā. Šis projekts turpināsies arī 2021. gadā. Projekta finansējums – 150 000 eiro. Tika organizēta grāmatas “Pašnāvības riska mazināšana” (“Managing Suicidal Risk. A Collaborative Approach, 2<sup>nd</sup> edition”, autors David A. Jobes) tulkošana un izdošana latviešu valodā, kā arī īstenots projekts “Redzes ergonomikas pētījumu vides attīstība”. Projekta mērķis bija, veicot multifaktoriālo īpašību (redzes, ekrāna, darba vides) izpēti, attīstīt viedo diagnostikas metodes, kura ietvertu gan redzes parametru (acs akomodācijas un vergences, acs zīlītes, asaru plēvītes), gan cilvēka darba vides un viņa darba ieradumu monitoringa, kā arī apkārtējās vides monitoringa (apgaisojums, ekrāna, spožums, krāsu gamma, telpas mitrums) analīzi, izstrādātu jaunu veselības aprūpes pakalpojumu – individualizētu redzes sistēmas novērtēšanu, pielāgojot darba vidi cilvēka individuālajiem ieradumiem un paaugstinot redzes komfortu. Projekta finansējums – 84 300 eiro.

2021. gadā uzsākti vairāki jauni īstermiņa (īstenojami gada griezumā) un ilgtermiņa (daudzgadēji) projekti. Nozīmīgākie projekti 2021. gadā: projekta “Acis lasīt izbīdās”, kura finansējumam izlietoti 37 840 eiro, mērķis bija izstrādāt inovatīvu pieeju bērnu lasīšanas



traucējumu novērtēšanai, pielietojot smalko acu kustību novērtēšanas diagnostikas metodi. Projekta mērķauditorija – pirmsskolas un skolas vecuma bērni līdz 12 gadu vecumam. Projekta “Rezistences rašanās audzēju terapijas rezultātā” mērķis bija izsekot audzēja rezistentu mikrošūnu veidošanās procesam laikā un raksturot tās. Projekta finansējums bija 47 000 eiro. Projekta mērķauditorija bija dzīvības un medicīnas zinātņu jomas pārstāvji, zinātnieki, ārsti, medicīnas darbinieki, farmācijas iestāžu darbinieki. Projekta “Urīnpūšļa audzēja terapeitisko un diagnostisko biomarkieru atlase ar inovatīvu aptamēru selekcijas metodi” mērķis bija izmantot inovatīvu aptamēru atlases tehnoloģiju, lai atrastu urīnpūšļa audzēja biomarkierus jaunu diagnostikas un terapijas līdzekļu izstrādei. Projekta finansējums 22 000 eiro. Projekta mērķauditorija bija pacienti, kuriem diagnosticēts urīnpūšļa audzējs. Projekta rezultātā tiks uzlabota diagnostika un pacienti saņems mērķētu terapiju, kas ilgtermiņā uzlabos dzīves kvalitāti.

Lielākie projekti 2022. gadā: “grunts vibrāciju mērījumu metodika”, projekta finansējums –23 021 eiro. Projekta mērķis izstrādāt Latvijas ģeoloģiskajiem apstākļiem piemērotu grunts vibrāciju mērījumu metodiku. Projekta gaitā tika iegādātas divas grunts vibrāciju pētījumu iekārtas, kā arī divi 3 asu ģeofoni un viens urbuma ģeofons. Veikti testa mērījumi vairāku autoceļu tuvumā kā arī dzīvojamajā rajonā Rīgā, kā arī sistemātiski vibrāciju mērījumi virs vājām gruntīm tiešā dzelzceļa sliežu tuvumā. Projekta “Precīzijas medicīnas stratēģiju izpēte bērnu ļaundabīgo audzēju ārstēšanā” mērķis bija uzlabot Latvijas pediatriskās onkoloģijas diagnostikas un ārstniecības kvalitāti, attīstot perspektīvu uz molekulāro izpēti balstītu precīzijas medicīnas pieeju pediatriskās onkoloģijas klīniskajā praksē Latvijā. Projekta finansējums – 150 000 eiro. Projekta “Fāzes atgūšanas algoritmu ieviešana iegultās sistēmās” mērķis bija nodrošināt objekta fāzes rekonstrukciju no intensitātes mērījumiem, iteratīvus fāzes atgūšanas algoritmus, ieviešot iegultās mikroprocesoru sistēmās. Projekta finansējums – 23 500 eiro. Projektā tika veiksmīgi simulēta aberāciju rekonstrukcija, pabeigta optiskās sistēmas montāža, izgatavoti difraktīvi objekti praktiskai Gerhberga-Sakstona algoritma ieviešanai.

LU fonda stabilā ieņēmumu izaugsme ļauj sekmīgi un rezultatīvi īstenot daudzveidīgus projektus.

**3. Latvijas Biozinātņu un tehnoloģiju universitātes attīstības fonds** 2015. gadā izmaksājis 20 jaunas stipendijas un turpinājis atbalstīt 10 iepriekšējo gadu stipendiātus (skat. 3.12. attēlu).

2016. gads bija līdzīgs iepriekšējam – aktīvas bija 11 stipendiju programmas, kuru ietvaros organizēti 14 stipendiju konkursi un piešķirtas 18 jaunas stipendijas, 3 stipendijas turpināja izmaksāt jau esošajiem stipendiātiem, 2 stipendiāti janvārī saņēma atlikušo stipendijas summu, un 7 stipendiāti turpināja saņemt stipendiju vēl visu pavasara semestri.

2017. gadā novērojama pozitīva dinamika stipendiju pieaugumam. Aktīvas bija 15 stipendiju programmas, kuru ietvaros organizēti 19 stipendiju konkursi un piešķirtas 27 jaunas stipendijas, 3 stipendijas turpināja izmaksāt jau esošajiem stipendiātiem, 3 stipendiāti janvārī saņēma atlikušo stipendijas summu, savukārt 7 stipendiāti turpināja saņemt stipendiju vēl visu pavasara semestri.

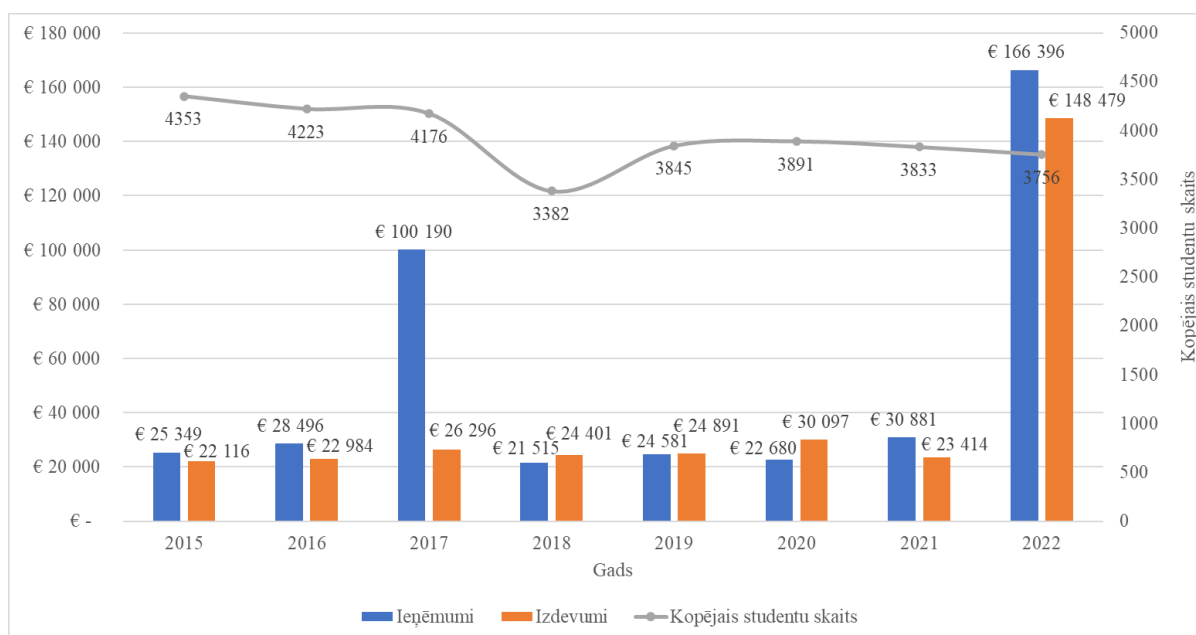
2018. gadā nav novērojama nozīmīga dinamika: 16 stipendiju programmas, no kurām aktīvas bija 13, kuru ietvaros organizēti 15 stipendiju konkursi un piešķirtas 18 jaunas stipendijas, 3 stipendijas turpināja izmaksāt jau esošajiem stipendiātiem, 3 stipendiāti janvārī saņēma atlikušo stipendijas summu un 6 stipendiāti turpināja saņemt stipendiju vēl visu pavasara semestri.

2019. gadā arī redzama neliela dinamika – aktīvas bija 14 stipendiju programmas, kuru ietvaros organizēti 15 stipendiju konkursi un piešķirtas 20 jaunas stipendijas, 4 stipendijas turpināja izmaksāt jau esošajiem stipendiātiem, 1 stipendiāts janvārī saņēma atlikušo stipendijas summu, bet 8 stipendiāti turpināja saņemt stipendiju vēl visu pavasara semestri. 2019. gada ziedojumu apjomus un saņemtos dāvinājumus Covid-19 nav ietekmējis – tie ir pat lielāki nekā iepriekšējā gadā (skat. 3.12. attēlu).

2020. gadā aktīvas bija šādas stipendiju programmas: Artūra un Ērikas Gerhardu stipendija, Jāņa Čakstes stipendija, Jāņa Rūvalda, Latvijas Agronomu biedrības, “Latvi Dan Agro” un Alfrēda Seržāna stipendija. Pirmo reizi rīkoti konkursi uzņēmumu SIA “Peri” un AS “Latvijas Balzams” stipendijām, katrā programmā izraudzīts pa vienam stipendiātam. Mirdzas Oškalnes stipendijas programmas ietvaros tika rīkots viens konkurss un piešķirta viena stipendija, kas ir vienreizēja izmaksa. Pirmo reizi notika arī divi citi stipendiju konkursi – profesores Baibas Rivžas jubilejas stipendija un Latvijas Lauksaimniecības kooperatīvu asociācijas stipendijas konkurss. Stipendijas piešķirtas pa vienai katrā stipendijas programmā kā vienreizējas izmaksas. Savukārt divās stipendiju programmās – AS “Rīgas Dzirnānieks” un Vagneru ģimenes stipendija – netika rīkoti jauni stipendiju konkursi, bet tika izmaksātas jau piešķirtās stipendijas diviem stipendiātiem.

2021. gadā darbojās šādas stipendiju programmas: Artūra un Ērikas Gerhardu stipendija, kur konkursa kārtībā izraudzīja vienu stipendiātu, kas stipendiju saņems līdz studiju absolvēšanai. Jaunais stipendiāts pievienojas iepriekšējo gadu stipendiātiem, tādējādi Gerhardu stipendiju 2021. gadā saņēma pieci stipendiāti. Jāņa Čakstes stipendijas konkursā pieteicās 4 pretendenti, kuri aizstāvēja savus veiktos pētījumus par J. Čaksti. Komisija piešķīra stipendiju vienam studējošajam vienam studiju gadam. Jāņa Rūvalda, Latvijas Agronomu biedrības, “Latvi Dan Agro”, Vagneru ģimenes, SIA “Peri” un Alfrēda Seržāna stipendiju programmu ietvaros tika organizēts viens konkurss katrā stipendiju programmā un katrā arī piešķirta viena stipendija – tās saņēma seši stipendiāti (vienu studiju gadu katrā stipendiju programmā). Divi stipendiju konkursi rīkoti LLU Studējošo pašpārvaldes stipendijai, stipendijas saņēma četri stipendiāti. Pirmo reizi arī rīkots stipendiju konkurss SIA “EAST METAL” stipendijai un izraudzīts viens saņēmējs. Mirdzas Oškalnes stipendijas programmas ietvaros rīkots viens konkurss, pieteicās desmit pretendenti un piešķirta viena stipendija, kas ir vienreizēja izmaksa. Rīkoti divi stipendiju konkursi profesores Baibas Rivžas jubilejas stipendijai un Profesora Kazimira Špoģa stipendijai. Katrā konkursā piešķirta viena stipendija. Savukārt AS “Latvijas Balzams” stipendiju programmā netika rīkots jauns konkurss, bet izmaksāta jau piešķirtā stipendija vienam stipendiātam.

2022. gadā darbojās šādas stipendiju programmas: Artūra un Ērikas Gerhardu stipendija, Jāņa Čakstes stipendija, Jāņa Rūvalda, Latvijas Agronomu biedrības, Vagneru ģimenes, SIA “Peri” un Alfrēda Seržāna stipendija, “Latvi Dan Agro” stipendija, SIA “EAST METAL” stipendija, Mirdzas Oškalnes stipendija, profesores Baibas Rivžas jubilejas stipendija, profesora Kazimira Špoģa stipendija, agronoma Jāņa Lielmaņa stipendija, SIA “Meža birža” stipendija.



Avots: autores konstrukcija, balstoties uz Lursoft datiem

3.12. att./ Fig. 3.12. LBTU Attīstības fonda rādītāji (2015.-2022.)/ LBTU Development Fund indicators (2015-2022)

LBTU attīstības fonda rādītāji liecina par stabilu darbību ar vienu izņēmumu, kad tika saņemts lielāks ziedojums 2017. gadā. Lielākā ziedotāja bija Maija Mednis, kas dzimusi Latvijā, bet pēc tam devusiesbēgļu gaitās. Šis ziedojums saistīts ar Mirdzas Oškālnes mantojumu. Maija Mednis un Vidvuds Mednis bija šī mantojuma testamentārie izpildītāji, savukārt mantojumu naudas izteiksmē bija novēlējusi Mirdza Oškālnie. Mirdza Oškālnie studējusi agronomiju Latvijas Universitātē, kur 1938. gadā ieguvusi grādu. Autore ir pārliecināta, ka dāsnais testamentārais novēlējums veikts tādēļ, ka mecenāte ir augstskolas absolvente un šis ziedojums izsaka pateicību par studiju laikā iegūtajām zināšanām un piedzīvoto.

Mūsdienās spilgts piemērs LBTU Attīstības fonda gadījumā ir absolventa Ulda Šalajeva ziedojumi vairāku gadu garumā. “Latvijai ir nepieciešami jaunie talanti, jaunie inženieri, kuri ir konkurētspējīgi ne tikai Eiropas, bet arī pasaules tirgos!” uzsver mecenāts Uldis Šalajevs.

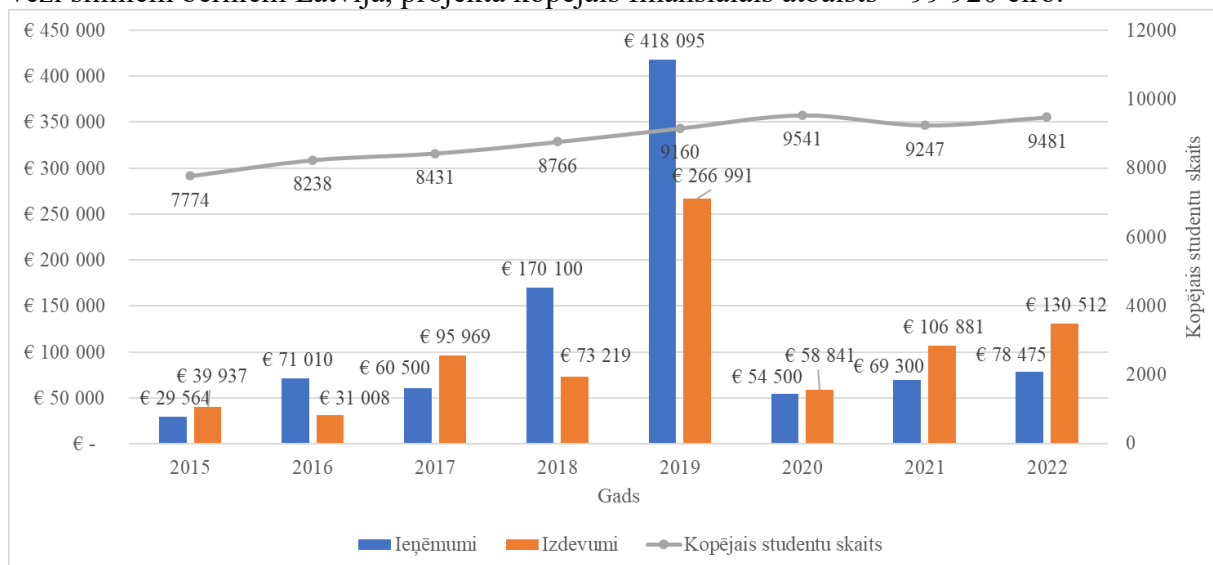
LBTU attīstības fonds ziedojumus saņem no mecenātiem, kas atbalsta studentus. Citiem mērķiem šajā filantropijas organizācijā ziedojumi nav saņemti.

**4. Rīgas Stradiņa universitātes fonds** 2015. gadā kopumā stipendijās izmaksājis summu 33 487,08 eiro apmērā (3.13. att.). Savukārt 2016. gadā RSU fonds sācis atbalstīt pirmo aktivitāti, kas nav stipendiju izmaksa – sniegt palīdzību RSU basketbola komandas dalībniekiem ārstniecisko izdevumu segšanai 345 eiro apmērā, apmaksājot dalības maksu sacensībās Latvijā un ārzemēs, kā arī sniedzot finansiālo atbalstu aktīvās atpūtas festivāla “Taurenis” nodrošināšanai. Šim mērķim fonds izlietojis mērķziedojumu 500.00 eiro apmērā. Summas samērā pret ziedojumiem stipendijām nav lielas, bet svarīgi, ka parādās precedents, ka veikti ziedojumi konkrētiem mērķiem, kas nav stipendijas. Tāds pats atbalsts turpinājies 2017. un 2018. gadā.

RSU attīstības fonds nav norādījis datus par stipendiātu skaitu nevienā no pētījumā iekļautajiem gadiem. 2018. gadā vērojama tendence, ka lielākā tiesa no ziedotajiem līdzekļiem izlietota stipendijām, bet vismaz 1/3 – dažādām iekārtām.

Attiecībā uz mērķa grupām, kurās ietilpst jaunieši un ģimenes, kas audzina trīs vai vairāk bērnus, 2019. gadā Rīgas Stradiņa universitātes fonds spējis nodrošināt jauniešus ar stipendijām par kopējo summu 63 484 eiro, – tas ir liels atbalsts RSU studentiem augstākās izglītības iegūšanā. Stipendijām izlietoti ziedojumi un citi ieņēmumi. 2019. gadā noslēdzās zinātnes veicināšanas projekts “Atbalsts vēža šūnu zinātniskajai pētniecībai”, nododot RSU Onkoloģijas

institūtam nepieciešamās iekārtas, lai izstrādātu pirmo personalizētas medicīnas programmu ar vēzi slimiem bērniem Latvijā, projekta kopējais finansiālais atbalsts – 99 920 eiro.



Avots: autores konstrukcija, balstoties uz Lursoft datiem

3.13. att./ Fig. 3.13. Rīgas Stradiņa universitātes fonda rādītāji (2015.-2022.)/ Rīga Stradiņš University Foundation indicators (2015-2022)

2019. gadam raksturīgs liels izrāviens ziedojumu piesaistē, jo zinātnes attīstības veicināšanas nolūkos fonds saņēmis ziedojumus no SIA “Mikrotīkls” – 250 000 eiro zinātnes attīstības un pētniecības projektiem, jo uzņēmumu interesē medicīnas projektu attīstība.

Rīgas Stradiņa universitātes fonda gadījumā vērojama stabila tendence ziedojumu piesaistes dinamikā. Šīs filantropijas organizācijas lielākais izaicinājums ir tas, ka tā spiesta konkurēt ar RSU absolventu asociāciju, kas arī strādā, lai šīs universitātes absolventi ziedotu universitātes vajadzībām. RSU Absolventu asociāciju dibinājušas privātpersonas, tādēļ šajā pētījumā šī organizācija netiek vērtēta, jo to nav veidojusi valsts dibinātā augstskola.

RSU fonda 2019. gadā saņemto ziedojumu apjomus un saņemtos dāvinājumus Covid-19 nav ietekmējis. Tie ir pat lielāki nekā iepriekšējā gadā (skat. 3.13. attēlu).

2020. gadā Rīgas Stradiņa universitātes fonds spējis nodrošināt jauniešus ar stipendijām 50 850 eiro apmērā, sniedzot būtisku atbalstu RSU studentiem augstākās izglītības iegūšanai. Stipendijām izlietoti ziedojumi un citi ieņēmumi. Zinātnes attīstības, inovāciju un pētniecības veicināšanas jomā 2020. gadā no ziedojumiem fonds atbalstījis RSU studējošo zinātnisko darbību, starptautisko konferenci “RSU International Student Conference in Health and Social Sciences 2020” un RSU Zinātnes nedēļas pasākumus, kā arī atbalstījis RSU Biznesa inkubatoru 5319 eiro apmērā.

Īpašu mērķgrupu pārstāvjus – jauniešus no ģimenēm, kas audzina trīs vai vairāk bērnus, 2021. gadā Rīgas Stradiņa universitātes fonds spējis nodrošināt ar stipendijām 65 108 eiro apmērā. 2021. gadā būtiski palielinājies izmaksāto stipendiju apjoms, lielākais atbalsts RSU fonda studentu stipendijām saņemts no nodibinājuma “E. Gulbja fonds” – 59 800 eiro. Stipendijām izlietoti ziedojumi un citi ieņēmumi.

Zinātnes attīstības, inovāciju un pētniecības veicināšanas jomā 2021. gadā no ziedojumiem fonds atbalstījis RSU zinātniskos projektus, – pētījumus, testēšanu, datu analīzi un programmu izstrādi ar vēzi un reto slimību slimiem bērniem Latvijā, lai varētu apkopot un izmantot datus efektīvākai pacientu ārstēšanai. Projektu ilgtermiņa mērķis bija palīdzēt pediatriem izvēlēties piemērotāko ārstēšanas plānu katram pacientam, balstoties uz izmeklējumiem un datu bāzēm. Zinātnes projektu atbalstam izlietoti 40 414 eiro.

Jauniešus no ģimenēm, kas audzina trīs vai vairāk bērnus, 2022. gadā Rīgas Stradiņa universitātes fonds nodrošinājis ar stipendijām kopsummā par 72 800 eiro. 2022. gadā arī būtiski palielinājās izmaksāto stipendiju apjoms, lielākais atbalsts RSU fonda studentu

stipendijām saņemts no nodibinājuma “E. Gulbja fonds”. 2022. gadā izmaksāta E. Gulbja medicīnas sociālā stipendija 89 studentiem, izmaksāto stipendiju kopsumma – 69 600 eiro, turklāt izmaksāta kultūrizglītības stipendija RSU jauktā kora “Rīga” un tautas deju ansambļa “Ačkups” sekmīgākajiem studentiem 3200 eiro apmērā. Stipendijām izlietoti ziedojumi un citi ieņēmumi.

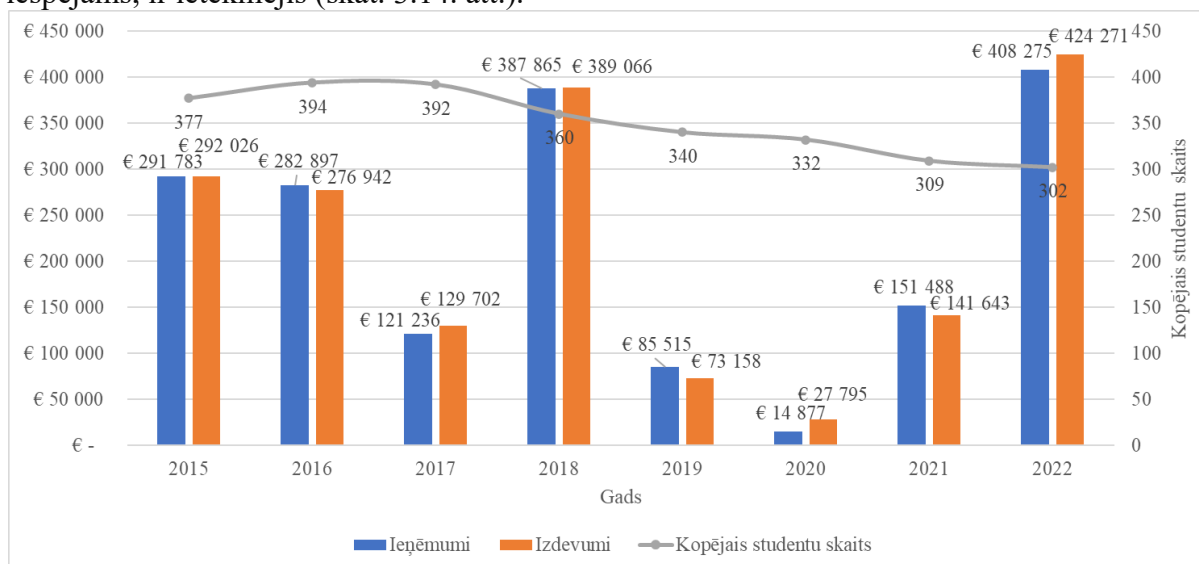
Zinātnes attīstības, inovāciju un pētniecības veicināšanas jomā 2022. gadā no ziedojumiem fonds turpināja atbalstīt RSU zinātniskos projektus, – pētījumus, testēšanu, datu analīzi un programmu izstrādi ar vēzi un reto slimību slimiem bērniem Latvijā, lai varētu apkopot un izmantot datus efektīvākai pacientu ārstēšanai. Projektu ilgtermiņa mērķis – palīdzēt pediatriem izvēlēties piemērotāko ārstēšanas plānu katram pacientam, balstoties uz izmeklējumiem un datu bāzēm. Zinātnes projektu atbalstam izlietoti 56 378 eiro.

**5. Rīgas Juridiskās augstskolas fonds** aktīvi strādā ar absolventiem, motivējot tos atbalstīt augstskolu. Šīs augstskolas fonda rādītājiem gadu no gada raksturīga nevienmērīga tendence. Ja 2015. gadā ieņēmumi bija 291 783 eiro, tad 2017. gadā tika piesaistīti 121 236 eiro (3.14. att.). Skatoties uz izdevumiem attiecīgajā gadā, var secināt, ka RJA fonds saņemtos ziedojumus izlieto konkrētajā kalendārajā gadā. Ziedojumu piesaistes un administrācijas procesā redzams, ka ziedojumus paredzēts tūlīt izlietot, nevis veidot uzkrājumus. Rīgas Juridiskās augstskolas fonds piesaistījis un sadarbībā ar SIA „Rīgas Juridiskā augstskola” īstenojis Atvērtās sabiedrības fonda (OSF) grantu “Starptautiskās publiskās tiesības un cilvēktiesības” maģistrantūras studiju programmas studentu studiju maksu un stipendiju segšanai. Granta apmērs 2015./2016. akadēmiskajam gadam bija 67 990 eiro, bet atskaitēs tas tiek kvalificēts kā ziedojums, dāvinājums, nevis ievietots kategorijā “citi ieņēmumi”, tāpēc 2015. gada summa, salīdzinot ar citiem gadiem, ir iespaidīga. Šī granta izlietojums turpinājies 2017. un 2018. gadā.

2018. gada saņemto ziedojumu, dāvinājumu apjoms 378 865 eiro apmērā ir, pateicoties diviem grantiem no ASV vēstniecības Latvijā, ar kuru RJA ir sena sadarbība.

Katru gadu saņemts atbalsts dažādām tiesu izspēlēm, bet nav novērojama tendence, ka tiktu atbalstīti centīgi RJA studenti. Katru gadu saņem atbalstu dažādas konferences, kurās studenti piedalās, bet tie netiek atbalstīti ar konkrētām stipendijām.

Šīs augstskolas 2019. gada ziedojumu apjomus un saņemtos dāvinājumus Covid-19, iespējams, ir ietekmējis (skat. 3.14. att.).



Avots: autores konstrukcija, balstoties uz Lursoft datiem

3.14. att./ Fig. 3.14. Rīgas Juridiskās augstskolas fonda rādītāji (2015.-2022.)/ Riga Graduate School of Law Foundation indicators (2015-2022)

2020. gadā fonds turpināja īstenot programmu “Intensīvā programma Eiropas tiesībās un ekonomikā Eiropas kaimiņu politikas valstīm”, kura tiek realizēta sadarbībā ar Rīgas Juridisko

augstskolu. Tika noslēgts sadarbības līgums par finansējumu 200 000 ASV dolāru apmērā programmas īstenošanai 2020. gada rudenī. Covid-19 ietekmē ieviesto ceļošanas un klātienē apmācību ierobežojumu dēļ programmas īstenošana, saskaņojot ar programmas finansētāju, tika pārcelta uz 2021. gadu un notika tiešsaistē. Programmas mērķauditorija bija Centrālāzijas valstu profesionāļi un programma norisinās ciešā sadarbībā ar ASV vēstniecību Rīgā, lai nodrošinātu iespēju programmas dalībniekiem apgūt padziļinātas zināšanas par Eiropas Savienības politiku, institūcijām, likumdošanu un ekonomiskajiem jautājumiem.

2021. gadā turpinājās “Intensīvā programma Eiropas tiesībās un ekonomikā Eiropas kaimiņu politikas valstīm”, kura notiek sadarbībā ar Rīgas Juridisko augstskolu. Divpadsmit specializētie tiešsaistes kursi 2022. gadā bija vērienīga, gadu ilga apmācības programma, kas paredzēta valsts pārvaldes, nevalstisko organizāciju un akadēmisko aprindu profesionāļiem ar vismaz divu gadu darba pieredzi no Kazahstānas, Kirgizstānas, Tadžikistānas, Turkmenistānas un Uzbekistānas. Specializētie tiešsaistes kursi ļāva padziļināti mācīties jomas, kas saistītas ar ES juridiskajiem, ekonomiskajiem un politikas aspektiem, kā arī apmainīties ar profesionālo pieredzi ar valsts, reģionālajiem un starptautiskajiem partneriem. Programma sastāvēja no 12 secīgiem studiju kursiem, kas katrs ilga vienu mēnesi un sastāvēja no 32 akadēmiskajām stundām. Kopā specializētajos tiešsaistesursos piedalījās 157 profesionāļi no Kazahstānas, Kirgizstānas, Tadžikistānas, Turkmenistānas un Uzbekistānas. Programma tika īstenota ciešā sadarbībā ar ASV vēstniecību Rīgā, lai nodrošinātu iespēju programmas dalībniekiem apgūt padziļinātas zināšanas par Eiropas Savienības politiku, institūcijām, likumdošanu un ekonomiskajiem jautājumiem.

2022. gadā tika realizēta intensīvā programma Eiropas tiesībās un ekonomikā Eiropas kaimiņu politikas valstīm. Šī programma īstenota sadarbībā ar Rīgas Juridisko augstskolu. Noslēgts sadarbības līgums par finansējumu 200 000 ASV dolāru apmērā programmas īstenošanai 2022. gada pavasarī. Finansējums paredzēts, lai mācības Intensīvajā sešu nedēļu programmā varētu apgūt 34 dalībnieki no Uzbekistānas, Turkmenistānas, Tadžikistānas, Kirgizstānas un Kazahstānas. Programma izstrādāta ciešā sadarbībā ar ASV vēstniecību Rīgā un nodrošināja iespēju programmas dalībniekiem apgūt padziļinātas zināšanas par Eiropas Savienības politiku, institūcijām, likumdošanu un ekonomiskajiem jautājumiem. Programmas noslēgumā dalībniekiem izsniegti sertifikāti par programmas apguvi. Īstenota arī intensīvā programma Eiropas tiesībās un ekonomikā Eiropas kaimiņu politikas valstīm. Šī programma tika realizēta sadarbībā ar Rīgas Juridisko augstskolu. 2022. gadā noslēgts arī sadarbības līgums par finansējumu 225 000 ASV dolāru apmērā divu programmas sesiju īstenošanai 2022. gada rudenī un 2023. gada pavasarī. Finansējums 2022. gadā paredzēts, lai mācības Intensīvajā sešu nedēļu programmā varētu apgūt 34 dalībnieki no Albānijas, Armēnijas, Azerbaidžānas, Bosnijas un Hercegovinas, Ēģiptes, Gruzijas, Jordānijas, Moldovas, Palestīnas, Ziemeļmaķedonijas, Serbijas, Kosovas un Ukrainas. Programma izstrādāta ciešā sadarbībā ar ASV vēstniecību Rīgā un nodrošināja iespēju programmas dalībniekiem apgūt padziļinātas zināšanas par Eiropas Savienības politiku, institūcijām, likumdošanu un ekonomiskajiem jautājumiem. Programmas noslēgumā dalībniekiem izsniegti sertifikāti par programmas apguvi.

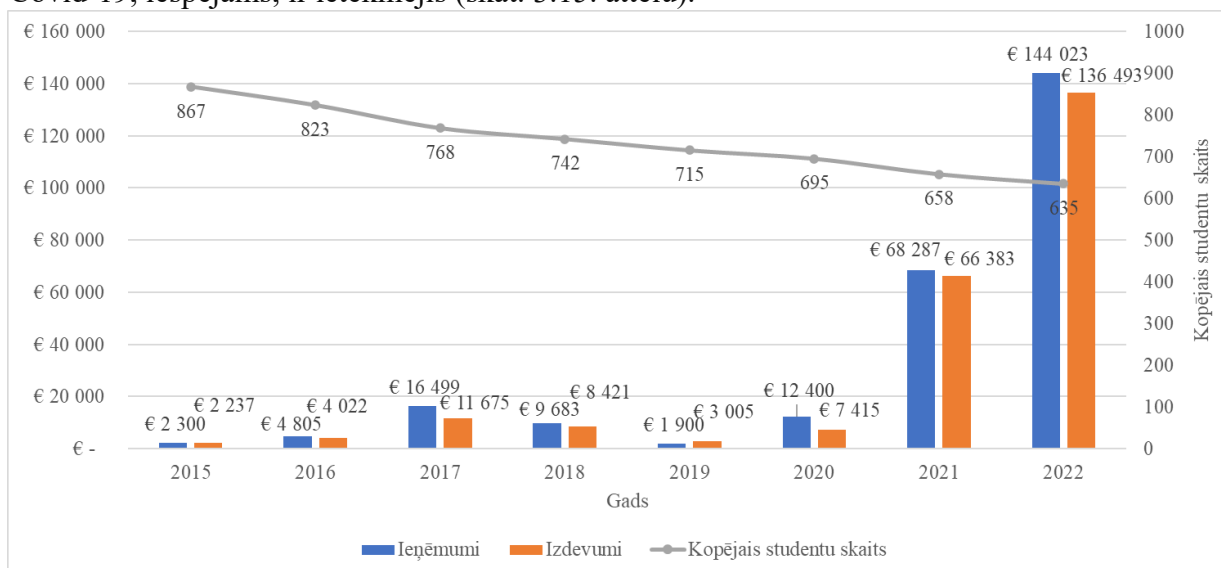
**6. Vidzemes Augstskolas fonda** atskaites sniedz ļoti ierobežotu informāciju, piemēram, neļauj identificēt, kādiem mērķiem ticis izlietots ziedojums 2017. gadā 14 900 eiro apmērā, kā arī ziedojumi citos gados (3.15. att.). Vidzemes Augstskolas fonda gadījumā novērojamas diezgan saraustītas ziedojumu piesaistes tendences. Tas varētu norādīt, ka augstskolai nav ziedojumu piesaistes stratēģijas un tās fonds darbojas haotiski. Saņemto un izlietoto ziedojumu apjomi ir līdzīgi, tādēļ var izteikt hipotēzi, ka šie ziedojumi bijuši ar konkrētu mērķi izlietot tos noteiktajā akadēmiskajā gadā. Atskaišu dati liecina, ka Vidzemes Augstskolas fonds pārsvarā saņēmis ziedojumus un dāvinājumus, tam nav bijis citu ieņēmumu.

Konkrētība parādās 2018. gada atskaitē, kur redzams, ka saņemts ziedojums grāmatas “Latvijas tautsaimniecības vēsture” angļu valodā satura izveidei, tādējādi veicinot zināšanu

pārnesi pētniecībā. Grāmata īpaši paredzēta starptautiskajiem lasītājiem, tādējādi pētniecības rezultātus nododot plašākai sabiedrībai.

2019. gada atskaitēs minēti vairāki uzņēmumi, kas atbalsta studentus, piedāvājot viņiem prakses vietas savos uzņēmumos. Diemžēl studentu skaits netiek minēts.

Vidzemes Augstskolas fonda 2019. gadā saņemto ziedojumu apjomus un dāvinājumus Covid-19, iespējams, ir ietekmējis (skat. 3.15. attēlu).



Avots: autores konstrukcija, balstoties uz Lursoft datiem

3.15. att./ Fig. 3.15. **Vidzemes Augstskolas fonda rādītāji (2015.-2022.)/ Foundation of Vidzeme University of Applied Sciences indicators (2015-2022)**

2020. gadā saņemts SIA “VALPRO” ziedojums 500 eiro apmērā ar mērķi atbalstīt Vidzemes Augstskolas studentus pilnvērtīgām studijām, radot iespēju studiju laikā gūtās zināšanas nostiprināt praksē. Pēc ziedojuma saņemšanas izsludināta SIA “VALPRO” stipendija grāmatveža asistenta praksei. Ziedojumi un grāmatveža asistenta praksei turpinājās arī 2021. gadā. Pārskata periodā veicināta sadarbība ar potenciālajiem ziedotājiem, rezultātā sekmējot Fonda mērķa sasniegšanu, lai nodrošinātu stipendijas zinātkāriem un talantīgiem Vidzemes Augstskolas studentiem, kā arī tiem Vidzemes Augstskolas studentiem, kuri ieinteresēti iesaistīties ar augstskolas atpazīstamību veicinošos projektos. Bijusi ziedotāju interese par mērķa ziedojumiem, piemēram, Vidzemes Augstskolai un sabiedrībai kopumā nozīmīgu pasākumu organizēšanai, tādējādi 2020. gadā noslēgti ziedojuma līgumi 5000 eiro apmērā par grāmatas izdošanu, kas informēs lasītājus par Latvijas valsts dibinātājiem un atjaunotājiem.

2021. gadā saņemti SIA “VALPRO” ziedojumi ar mērķi atbalstīt Vidzemes Augstskolas studentus pilnvērtīgām studijām, radot iespēju studiju laikā gūtās zināšanas nostiprināt praksē. Ziedojumi izlietoti SIA “VALPRO” programmētāja un grāmatveža asistenta stipendiju nodrošināšanai. Biedrība “Basketbola klubs “Vidzeme”” kopš 2021. gada septembra nodrošināja stipendijas basketbola kluba “Valmiera Glass / Vidzemes Augstskola” spēlētājiem, tai skaitā studentiem, sekmējot kluba profesionalitāti, konkurētspēju un ilgspēju un dodot iespēju pilnvērtīgi attīstīt sportisko talantu basketbola kluba spēlētājiem, veicinot jauniešu iesaisti atpazīstamību veicinošos projektos, basketbola popularitāti jauniešu, tai skaitā studentu, vidū, piesaistot basketbola klubam talantīgus spēlētājus. Nodrošināta mērķstipendija Baltkrievijas vieslektorei Ilonai Beliatskaya laika posmā no 2021. gada 1. septembra līdz 2021. gada 31. decembrim, ziedojuma apmērs ir 4800 eiro.

2022. gadā saņemti SIA “VALPRO” ziedojumi ar mērķi atbalstīt Vidzemes Augstskolas studentus pilnvērtīgu studiju īstenošanai, radot iespēju studiju laikā gūtās zināšanas nostiprināt praksē. Ziedojumi izlietoti SIA “VALPRO” grāmatveža asistenta un pārdošanas asistenta stipendiju nodrošināšanai”. Biedrība “Basketbola klubs “Vidzeme”” kopš 2021. gada septembra nodrošina stipendijas basketbola kluba “Valmiera Glass/Vidzemes Augstskola”

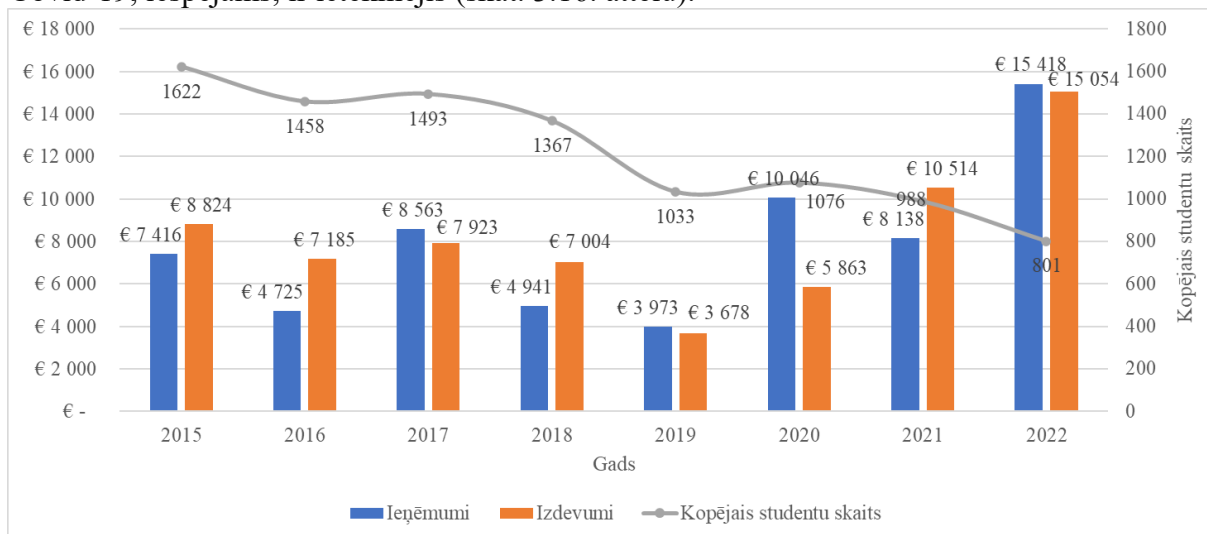


spēlētājiem, tai skaitā ViA studentiem, sekmējot kluba profesionalitāti, konkurētspēju un ilgtspēju un dodot iespēju pilnvērtīgi attīstīt sportisko talantu basketbola kluba spēlētājiem, veicinot jauniešu iesaisti ViA atpazīstamību veicinošos projektos, basketbola popularitāti jauniešu, arī ViA studentu vidū, piesaistot basketbola klubam talantīgus spēlētājus.

**7. Banku Augstskolas** fonds saņem ziedojumus no dažādām komercbankām, lai tos izlietotu centīgāko studentu atbalstam un pasākumam “Karjeras dienas”. Diemžēl dati, kas iegūti no Lursoft, ir pretrunā ar pašas augstskolas Finanšu ministrijas sabiedriskā labuma statusa komisijai iesniegto atskaišu datiem. 2019. gada atskaitē uzrādīts, ka ziedojumos saņemtā summa ir 1 500 eiro, savukārt Lursoft datu bāzēs šāda informācija nav atrodamā. Banku Augstskolas fonds, salīdzinot ar citiem valsts augstskolu dibinātajiem fondiem, pētījumā apskatītajā laika periodā saņēmis vismazāk ziedojumu.

2015. gadā 29 Banku Augstskolas studenti saņēma naudas balvas par izciliem noslēguma darbiem, bet 2016. gadā 17 studenti saņēma naudas balvas par izciliem bakalaura un maģistra darbiem. No ziedojumiem, kuri tikuši ieskaitīti iepriekšējos gados no A/S “Baltikums”, tika piešķirtas sociālās stipendijas divām studentēm. No līdzekļiem, kas iegūti no pasākuma “Karjeras dienas” Banku Augstskolā tika piešķirta sociālā stipendija. 2017. gadā 19 Banku Augstskolas studenti saņēma naudas balvas. Tika piešķirta viena sociālā stipendija, savukārt 2018. gadā 16 studenti saņēma naudas balvas par izciliem bakalaura un maģistra darbiem. Tika piešķirtas trīs naudas balvas no mērķziedojuma, kuru sniegusi AAS “Balta”. 2019. gadā 16 Banku Augstskolas studenti saņēma naudas balvas par izciliem bakalaura un maģistra darbiem, kā arī tika piešķirtas trīs naudas balvas no augstskolas ziedojuma. Stipendiju skaita dinamika nav izteikta, izņemot 2015. gadu, kad piešķirtās naudas balvu skaits pārsniedza 2016. gadā piešķirto naudas balvu skaitu gandrīz divas reizes.

Banku Augstskolas fonda 2019. gadā saņemto ziedojumu apjomus un dāvinājumus Covid-19, iespējams, ir ietekmējis (skat. 3.16. attēlu).



Avots: autores konstrukcija, balstoties uz Lursoft datiem

3.16. att./ Fig. 3.16. **Banku Augstskolas fonda rādītāji (2015.-2022.)/ BA School of Business and Finance Fund indicators (2015-2022)**

2020. gadā sadarbībā ar Latvijas Apdrošinātāju asociāciju fonds saņēma ziedojumu 5000 eiro apmērā Banku augstskolas studentu studiju maksas nodrošināšanai (1 pilna un puse no gada studiju maksas, kopā 3450 eiro) diviem profesionālās bakalaura programmas “Risku vadība un apdrošināšana” studentiem. Pieņemts lēmums par studentu atlasīti un studiju maksas nodrošināšanu. Daļa ziedojuma ir uzkrāta pētniecības aktivitāšu atbalstam akadēmiskā gada laikā. Sadarbībā ar Latvijas Zāļu paralēlā importa asociāciju paredzēts atbalstīt pētniecību Banku augstskolā, saņemot ziedojumu no šīs organizācijas 1200 eiro apmērā. Ziedojumu paredzēts izlietot Banku augstskolas iekšējā grantu programmas projektu 2020/1



līdzfinansēšanai 2021. gadā. Sadarbībā ar TET paredzēts atbalstīt skolu jauniešu uzņēmējdarbības uzsākšanas spēli Business24h, ko rīkoja Banku augstskola un Banku augstskolas studentu pašpārvalde. Kopumā 10 Banku augstskolas studenti saņēma naudas balvas par izciliem bakalaura un maģistra darbiem.

2021. gadā sadarbībā ar Banku augstskolu un Banku augstskolas partneriem – Latvijā augstu novērtētiem darba devējiem, uzņēmumiem un organizācijām, bija īstenots ikgadēja Banku augstskolas aktivitāte – Karjeras dienas 2021. Saņemts ziedojums 1440 eiro un tas izlietots Banku augstskolas izcilāko bakalaura un maģistra darbu autoru apbalvošanai. 2021. gadā balvas saņēma 26 absolventi, balvu kopapjoms – 3718 eiro. Sadarbībā ar TET atbalstītas skolu jauniešu uzņēmējdarbības uzsākšanas spēles Business24h aktivitātes, ko rīko Banku augstskola un Banku augstskolas studentu pašpārvalde. Konkursā piedalījās vairāk nekā 700 Latvijas skolu audzēkņu, veidojot komandas, kas risina uzņēmējdarbības situācijas, gatavo biznesa idejas un plānus. 2021. gadā izlietoti līdzekļi Biznesa spēles nodrošināšanai.

2022. gadā sadarbībā ar Banku augstskolu un partneriem, Latvijā augstu novērtētiem darba devējiem, bija īstenots ikgadēja Banku augstskolas aktivitāte – Karjeras dienas 2022. Ziedojumos saņemtie līdzekļi tika novirzīti Banku augstskolas akadēmiskās izcilības, inovācijas un partnerības veicināšanas fondā – tie ir 2315 eiro, kas izlietoti Banku izcilāko bakalaura un maģistra darbu autoru apbalvošanai. Balvas saņēma 6 absolventi. Sadarbībā ar “Southwestern Advantage”, saņemot 600 eiro ziedojumu, kas izlietots simpātiju naudas balvas piešķiršanai skolu jauniešu uzņēmējdarbības uzsākšanas spēlē Business24h. Konkursā piedalījās vairāk nekā 700 Latvijas skolu audzēkņu. Apbalvota sešu audzēkņu komanda. Notika arī ziedojumu kampaņa Ukrainas bēgļu atbalstam Banku augstskolā, iegūstot 2555 eiro un nodrošinot 60 bēgļu izmitināšanu Banku augstskolā.

**Kopumā izvērtējot analizēto filantropijas organizāciju datus, promocijas darba autore secina un ierosina, ka bilancēs būtu nepieciešams norādīt, cik lielas summas tiek tērētas sabiedrisko attiecību un mārketinga aktivitātēm, lai filantropijas organizācijas varētu izvērtēt investīciju jēgu ziedojumu piesaistes tendenču palielināšanai. Šis būtu ieviešams kā atsevišķs punkts bilancē.**

Bez papildus informatīvajiem resursiem nav iespējams identificēt ziedotāja tautību un vecumu, kā arī etnisko piederību. Šis arī būtu ieviešams kā atsevišķs punkts grāmatvedības bilancē. Tieši tāpat no atskaitēs ietvertās informācijas nav iespējams noteikt, vai ziedojums bijis domāts kā neaizskaramais pamatkapitāls. Šis arī būtu ieviešams kā atsevišķs punkts bilancē.

Bez papildus resursiem nav iespējams identificēt arī absolventu – ziedotāju studiju līmeņus un studiju programmas, kuras tie savulaik apguvuši. Nepieciešams ieviest augstskolu informācijas sistēmās sešas sadaļas, kuras būtu atrodamas pie katra absolventa, nu jau bijušā studenta profila: gads, kad saņēmis stipendiju, stipendijas apjomu, stipendijas nosaukums, gads, kad veicis ziedojumu, ziedojuma apjoms un ziedojuma mērķis.

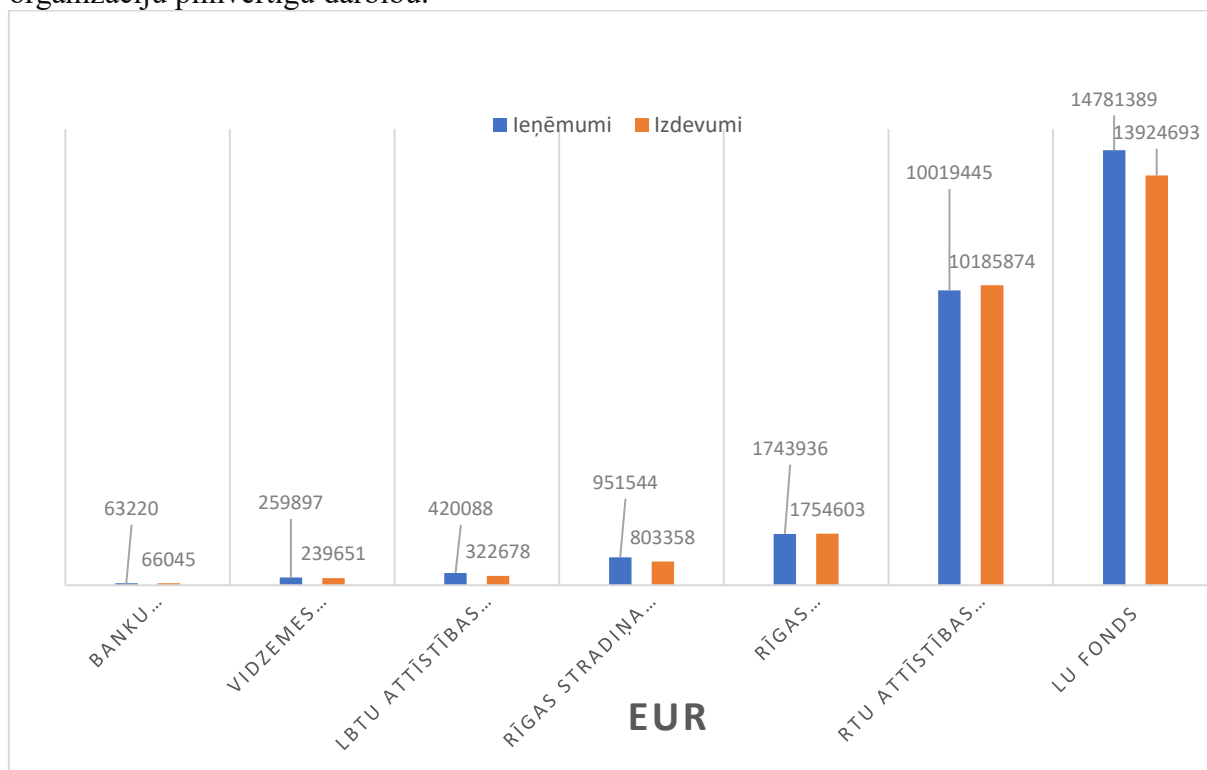
Balstoties uz atskaitēm un finanšu rādītājiem, autore secina, ka ziedojumu vākšanas kampaņām ir liela nozīme ziedojumu piesaistē. Kampaņu rezultāti uzrāda lielāku ziedojumu piesaistes dinamiku.

Filantropijas organizācijas darbojas sekmīgāk, ja tajās strādā pilna laika filantropijas eksperti. Sabiedriskā labuma komisijai iesniedzamajā iepriekšējā gada darbības pārskatā un turpmākās darbības plānā būtu jānorāda algoto darbinieku esošais un plānotais skaits, lai filantropijas pētniekiem būtu iespēja salīdzināt ziedojumu piesaistes tendences, balstoties arī uz filantropijas praktiķu darbības rezultātiem.

Bez papildus resursiem nav iespējams identificēt absolventa – ziedotāja turīguma līmeņa dinamiskās izmaiņas pēc studijām. Nepieciešams sinhronizēt datu bāzes, kas uzrāda ziedotāju datus, lai valsts dibināto augstskolu fondī varētu pilnvērtīgāk plānot ziedojumu vākšanas kampaņas, – jau iepriekš provizoriski orientēties uz konkrētām absolventu grupām, tieši katrai konkrētai absolventu grupai piedāvājot veikt ziedojumu šai grupai pieņemamā apmērā.

3.17. attēlā apkopoti septiņu analizēto augstskolu filantropijas organizāciju ieņēmumi un izdevumi no 2015. gada līdz 2022. gadam. Var secināt, ka visstabilākās ienākumu no

ziedojumiem, dāvinājumiem, ieņēmumiem kopā un visstabilākās izdevumu tendences ir Rīgas Tehniskās universitātes Attīstības fondam un Latvijas Universitātes fondam. Abām filantropijas organizācijām ir biroji ar algotiem filantropijas praktiķiem, kuri ikdienā nodrošina filantropijas organizāciju pilnvērtīgu darbību.



Avots: autores konstrukcija, balstoties uz Lursoft un LR IZM datiem

3.17. att./ Fig. 3.17. **Septiņu analizējamo filantropijas organizāciju ieņēmumi un izdevumi eiro (2015.-2022.)/ Revenue and expenditure of seven analyzed philanthropic organizations (2015-2022)**

Filantropijas organizācijas saņem ne tikai ziedojumus un dāvinājumus, bet arī dotācijas no valsts un pašvaldību iestādēm. Ziedojumu līgumos paredz noteiktu procentu, kas tiek novirzīts administratīvajiem izdevumiem, tāpēc kopējo ieņēmumu apjoms ir lielāks par saņemtajiem ziedojumiem un dāvinājumiem. Filantropijas organizācijas grāmatvedības uzskaites sistēmās tos nenorāda kā ziedojumu.

Augstskolu filantropijas organizācijām galvenokārt ziedo attiecīgās augstskolas absolventi kā privātpersonas un/vai uzņēmumu īpašnieki, vadītāji, kuri paši absolvējuši atbalstīto valsts dibināto augstskolu, vai arī viņu ģimenes locekļi, kas saistīti ar augstskolu.

LU fondam un RTU Attīstības fondam vērojama vislielākā tendence kā pie ieņēmumiem, tā pie izdevumiem un pa visiem gadiem kopā arī imatrikulēto skaits, kas nozīmē, ka šīs abas filantropijas organizācijas ir ar vislabākajiem rādītājiem no septiņām analizējamām. Būtiska loma ir absolventu ziedojumiem un SIA "Mikrotīkls" ziedojumiem kā LU fondam, tā RTU Attīstības fondam. Salīdzinot ar pārējām, skaita ziņā nelielākajām filantropijas organizācijām, Rīgas Juridiskās augstskolas fonds ir ar labāko rādītāju, jo aktīvi strādā ar saviem absolventiem. Rīgas Juridiskās augstskola ir labs piemērs, kā sadarboties ar absolventiem, lai tie varētu kļūt par nākotnes mecenātiem. Tā kā šajā augstskolā ir neliels studentu skaits, salīdzinot ar citām augstskolām, kas saņem lielākus ziedojumus, ir ļoti nozīmīgi sākt sadarbību ar studentiem jau pašā studiju sākuma posmā, lai vēlāk būtu lielāka ietekme uz potenciālo ziedojuma veikšanu.

### 3.3 Ziedojumu piesaistes situācijas izvērtējums/ *Assessment of the situation of attracting donations*

LR Finanšu ministrijas mājas lapā sadaļā par sabiedriskā labuma organizācijām iespējams atlasīt visu sabiedriskā labuma organizāciju sagatavotos un pieņemtos gada pārskatus par periodu, kad šīm organizācijām ir spēkā esošs sabiedriskā labuma statuss. Autore izpētīja augstskolu dibināto filantropijas organizāciju gada pārskatus laika periodā no 2011. līdz 2020. gadam ieskaitot, pavisam kopā šajā pētījumā ietverti 120 pārskati. Turpmāk redzamā SVID analīze balstīta uz šo pārskatu izvērtējumiem.

SVID nozīmīgāko faktoru noteikšanai izmantota pāru metode – kā instruments, lai noteiktu svarīgākos faktorus, ranžējot tos pēc diviem salīdzināmajiem. Autore veica pāru metodes analīzi katrai SVID analīzes faktoru grupai, aprēķinot kopējo novērtējumu katram faktoram.

Pāru metodes analīze katrai SVID analīzes (stiprās, vājās puses, iespējas un draudi) faktoru grupai palīdz identificēt, kurš no salīdzinātajiem faktoriem ir svarīgāks vai ietekmīgāks: katram faktoram piešķir svaru, balstoties uz tā ietekmi; salīdzina faktorus pa pāriem un izvērtē, kurš ir svarīgāks; izveido prioritizētu sarakstu, kas palīdz izprast galvenos faktorus.

3.1. tabulā sniegts pārskats par autores veikto ziedojumu piesaistes izvērtējuma SVID analīzi.

**Ziedojumu piesaistes izvērtējuma SVID analīze/ SWOT analysis for fundraising assessment**

<b>Stiprās puses</b>	<b>Vājās puses</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pozitīva dinamika stipendiju kopu skaita palielināšanās tendencēs</li> <li>• Informācijas publicēšanai un saziņai ar mērķauditorijām filantropijas organizācijas izmanto augstskolu IT resursus</li> <li>• Sadarbība ar valsts pārvaldes, pašvaldību iestādēm un komersantiem</li> <li>• Ziedotāju skaits, kas ziedo katru gadu, ir ar noturīgu tendenci</li> <li>• Ziedoto atbalstu saņem izcilākie studenti un pētnieki, kā arī studenti ar nepietiekamu finansiālo nodrošinājumu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Covid-19 epidēmija ir vājinājusi saikni starp mecenātiem, studentiem, stipendiātiem un absolventiem</li> <li>• Nepietiekama filantropijas organizāciju atpazīstamības veicināšana</li> <li>• Nepietiekami stabila saikne starp filantropijas organizāciju un augstskolu vadību un administrāciju</li> <li>• Filantropijas organizācijas neveic investīcijas savas darbības attīstībā</li> </ul>
<b>Iespējas</b>	<b>Draudi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turpināt sadarbību ar esošajiem mecenātiem</li> <li>• Piesaistīt jaunus mecenātus, lai varētu vairāk atbalstīt studentus un pētniekus</li> <li>• Aktīvāk un pārdomātāk uzturēt saikni ar absolventiem</li> <li>• Aktīvāk organizēt stratēģiski pārdomātu atpazīstamību sabiedrībā</li> <li>• Stiprināt saikni starp filantropijas organizācijām, augstskolu vadību un administrāciju</li> <li>• Filantropijas organizācijām jāveic investīcijas savas darbības attīstībā</li> <li>• Pilnveidojot LR normatīvos aktus, iespējams aktivizēt vēlmi ziedot un saņemt nodokļu atlaides</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situācijas pasliktināšanās pandēmijas un negatīvu ģeopolitisko izmaiņu (piemēram, karu) dēļ</li> <li>• Reputācijas jautājums, lai būtu spēkā organizācijas sabiedriskā labuma statuss</li> <li>• Nodokļu atlaižu politikas pasliktināšanās</li> </ul>

*Avots: autore konstrukcija, balstoties uz 120 organizāciju pārskatiem*

Kā redzams turpmāk, 3.18. attēlā, pastāv **trīs būtiskākās STIPRĀS PUSES ziedojumu piesaistei** (no vērtējamām piecām):

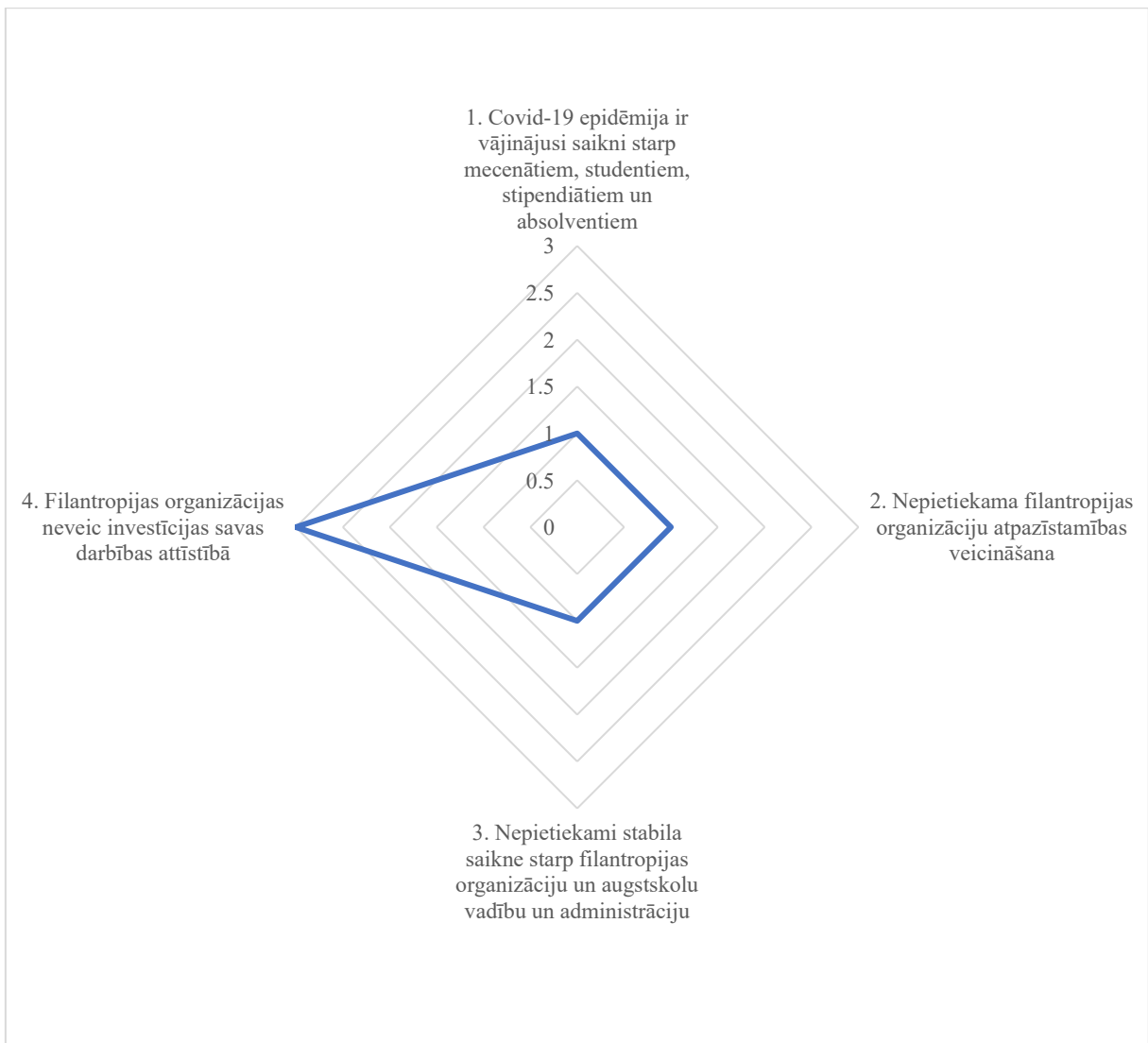
- sadarbība ar valsts pārvaldes, pašvaldību iestādēm un komersantiem;
- informācijas publicēšanai un saziņai ar mērķauditorijām organizācijas izmanto augstskolu IT resursus;
- to ziedotāju skaits, kuri ziedo katru gadu, ir ar noturīgu tendenci.



Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.18. att./ Fig. 3.18. **Stipro pušu analīze ziedojumu piesaistes izvērtējumam/ Analysis of the strengths of fundraising assessment**

Savukārt ziedojumu piesaistes vājās puses attēlotas nākamajā lappusē, 3.19. attēlā. No vērtējamām četrām, **būtiskākā ziedojumu piesaistes VĀJĀ PUSE** ir tā, ka filantropijas organizācijas neveic investīcijas savas darbības attīstībā, bet pārējās trīs ir vienādi nozīmīgas: Covid-19 epidēmija ir vājinājusi saikni starp mecenātiem, studentiem, stipendiātiem un absolventiem; novērojama nepietiekama filantropijas organizāciju atpazīstamības veicināšana; saikne starp filantropijas organizāciju un augstskolu vadību, kā arī augstāās izglītības iestāžu administrāciju nav pietiekami stabila.



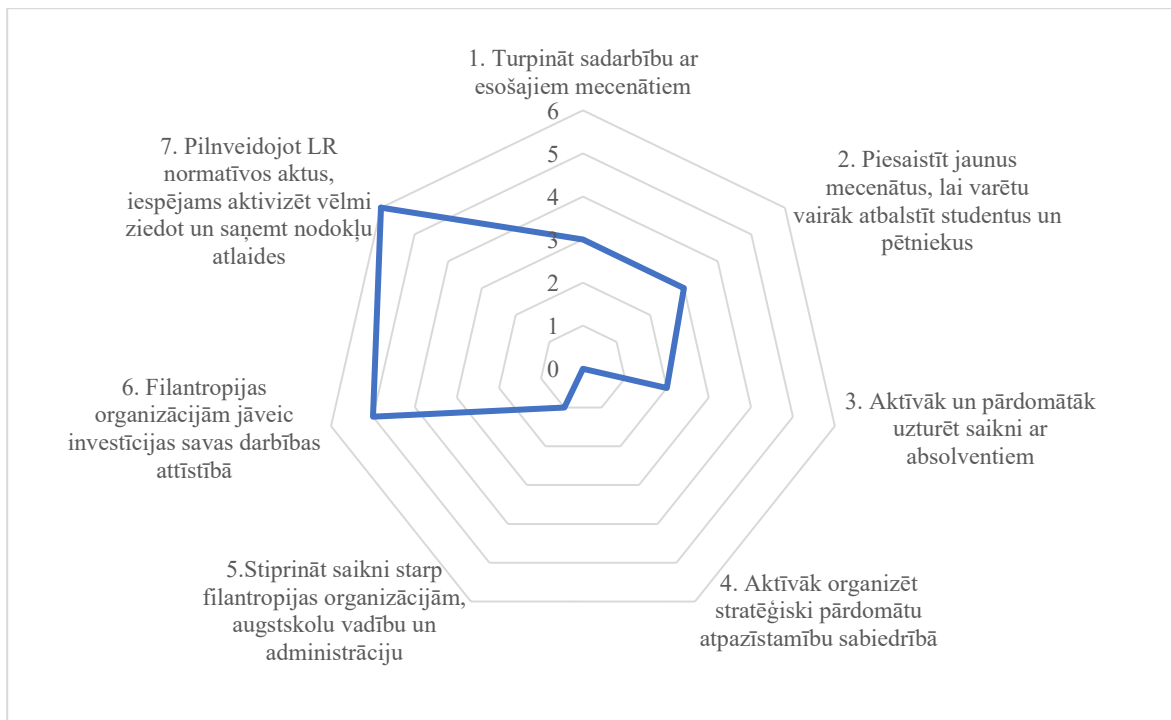
*Avots: autore pētījums un konstrukcija*

**3.19. att./ Fig. 3.19. Vājo pušu analīze ziedojumu piesaistes izvērtējumam/ Analysis of the weakness of fundraising assessment**

No septiņām vērtētajām tika atzīmētas divas **būtiskākās ziedojumu piesaistes IESPĒJAS** (3.20. att.):

- likumdošanas normatīvo dokumentu pilnveidošana, lai uzlabotu ziedojumu piesaisti;
- investīcijas filantropijas organizāciju darbības uzlabošanā un attīstībā.

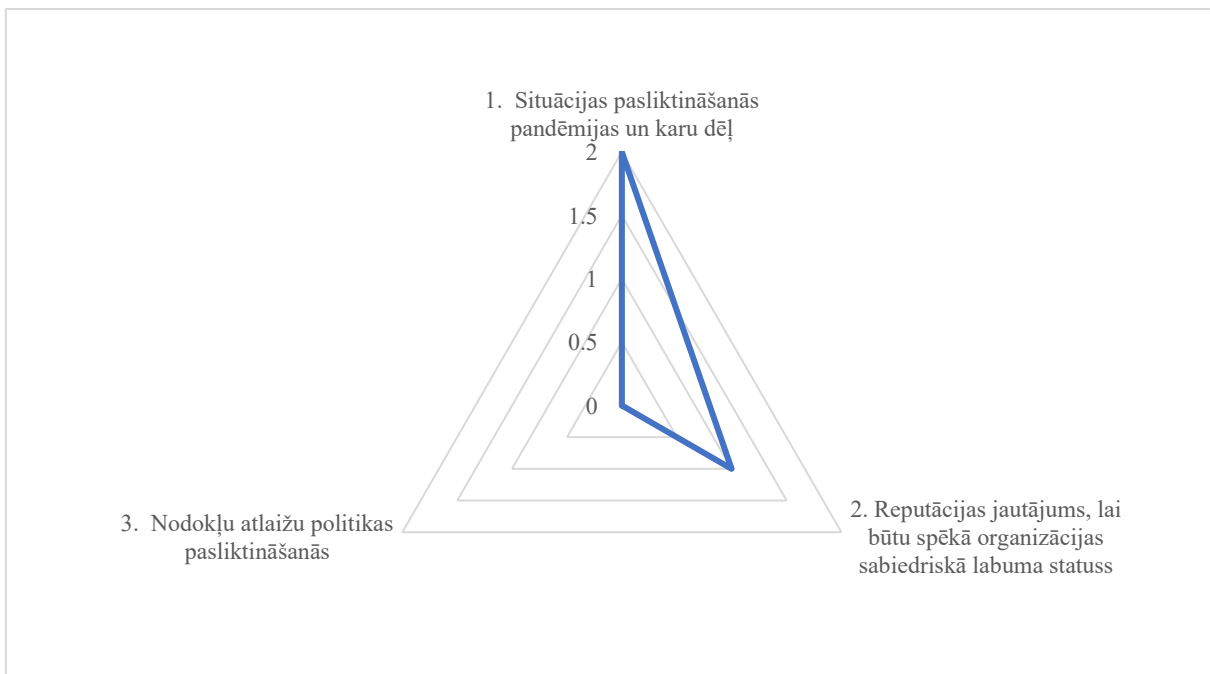
Tai pat laikā diezgan svarīgi ir arī: uzlabot saikni ar augstskolu absolventiem, turpināt sadarbību ar esošajiem mecenātiem, kā arī piesaistīt jaunus mecenātus, lai varētu vairāk atbalstīt studentus un pētniekus.



Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.20. att./ Fig. 3.20. Iespēju analīze ziedojumu piesaistes izvērtējumam/ *Analysis of the opportunities of fundraising assessment*

**Nopietni DRAUDI** ziedojumu piesaistē ir situācijas pasliktināšanās pandēmijas un negatīvu ģeopolitisku izmaiņu (piemēram, karu) dēļ, kā arī reputācijas jautājums, lai filantropijas organizācijas nezaudētu sabiedriskā labuma statusu (3.21. att.).



Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.21. att./ Fig. 3.21. Draudu analīze ziedojumu piesaistes izvērtējumam/ *Analysis of the threats of fundraising assessment*

Promocijas darba pētījuma ietvaros autore veica klasisko PEST analīzi ziedojumu piesaistes iespējām Latvijas valsts dibinātajās augstskolās.

## PEST analīze

PEST analīze ir stratēģiskā menedžmenta analīzes rīks, kā būtība ir – netieši ietekmējošās ārējās (makro) vides politisko, ekonomisko, sociālo un tehnoloģisko (akronīms PEST) izmaiņu avotu analīze. Ja SVID gadījumā lielāka uzmanība pievērsta ārējai videi, kura tieši ietekmē analīzes objektu, tad PEST gadījumā apskatīta minētā ārējā vide, kurai piemīt netieša ietekme uz analīzes objektu. PEST analīzei ir arī vairākas variācijas, piemēram, PESTLE – tajā tiek papildus analizēta tiesiskā un apkārtējā vide, STEEPLE – papildus ētiskā vide sociālās korporatīvās atbildības kontekstā, STEEPLED – papildus demogrāfisko faktoru vides izpēte u.c. (Sammut-Boonici & Galea, 2015).

### *Politiskā vide/ faktori*

Britu mediju grupas *Economist* analītikas nodaļas *The Economist Intelligence Unit* 2023. gadā veidotajā Demokrātijas indeksā (*Democracy Index 2022*) norādīts, ka Latvija ierindojas tā saukto kļūdaino (angl. – *flawed*) demokrātijas kategorijā, kas tiek skaidrota kā tāda demokrātija, kas joprojām atbilst brīvu vēlēšanu un pilsoņu brīvību ievērošanas pamatprasībām, tomēr vienlaikus saskaras ar būtiskām funkcionālām grūtībām, piemēram, zemu politiskās līdzdalības līmeni vai problēmām sabiedrības pārvaldībā (Pew Research Center, 2021; EIU, 2023). Saskaņā ar šo indeksu, 2022. gadā starp 132 analizētajām valstīm Latvija ierindojas 38. vietā. Šajā indeksā Latvijas kontekstā visaugstāko novērtējumu saņēma vēlēšanu procesi un plurālisms, salīdzinoši augstu vērtējumu saņēma pilsoniskās brīvības, bet zemākie rādītāji Latvijai bija tādās jomās kā valdības funkcionēšana, politiskā līdzdalība un politiskā kultūra (EIU, 2023).

*Varieties of Democracy* institūta Demokrātijas ziņojumā (*Democracy Report 2023*) Latvija novērtēta kā liberālās demokrātijas valsts – 179 analizēto valstu vidū tā ierindojas 25. vietā. Šajā indeksā analizēti tādi rādītāji kā vēlēšanu brīvība (vēlēšanu kvalitāte, individuālās tiesības, mediju un asociāciju brīvības) un liberālisms (izpildvaras neatkarība, civiltiesisko brīvību ievērošana, likumdošana, tiesu un likumdošanas neatkarība) (V-Dem Institute, 2023).

Savukārt organizācijas *Bertelsmann Stiftung* jaunākajā apskatā (*The Transformation Index*) norādīts, ka Latvija sekmīgi īsteno starptautiskās stratēģijas, tomēr signalizēts par grūtībām iekšējo stratēģisko prioritāšu izvirzīšanā un īstenošanā. Piemēram, Latvija sekmīgi īsteno finansiālā sektora reformas saistībā ar ES vadlīnijām noziedzīgi iegūtu līdzekļu legalizācijas un terorisma novēršanai, savukārt efektīvas augstākās izglītības reformas joprojām nav uzsāktas (Bertelsmann Stiftung, 2023). Indeksā uzsvērts, ka Latvijas būtiskākie izaicinājumi ir, pirmkārt, demogrāfiskā lejupslīde, otrkārt, problēmas panākt konvergenci ar Rietumeiropas valstu līmeni, treškārt, korupcijas apkarošana, ceturkārt, pieaugoša vērtību plaša starp konservatīvo un liberālo populāciju (Bertelsmann Stiftung, 2023b).

Tomēr kopumā Latvija no 137 valstīm politiskajā transformācijā ierindojas 8. vietā (tā tiek mērīta pēc šādām kategorijām: valstiskums, politiskā līdzdalība, likuma vara, demokrātisko institūtu stabilitāte, politiskā un sociālā integrācija), ekonomiskajā transformācijā arī 8. vietā (tā tiek mērīta pēc šādām kategorijām: socioekonomiskā attīstība, tirgus organizācija un konkurence, monetārā un fiskālā stabilitāte, privātīpašums un labklājības sistēma), savukārt pārvaldībā Latvija ir 6. vietā (tā tiek mērīta pēc šādām kategorijām: grūtību līmenis (strukturālie ierobežojumi), vadīšanas kapacitāte, resursu izlietojuma efektivitāte, vienprātības veidošana, starptautiskā sadarbība) (Bertelsmann Stiftung, 2023c; 2023d; 2023e).

2023. gada augustā promocijas darba izstrādes laikā Latvijas prezidenta amatā stājās ilggadējais LR ārlietu ministrs Edgars Rinkēvičs. Krišjānis Kariņš, kurš bija Ministru prezidents no 2019. gada 23. janvāra, 2023. gada augusta vidū paziņoja par demisiju, un viņa vietā par valdības vadītāju kļuva Evika Siliņa. Jānorāda, ka K. Kariņš demisionēja pēc nesekmīgajiem centieniem paplašināt koalīciju ar opozīcijas partijām, norādot, ka to traucē paveikt divas pozīcijā esošās partijas (LV portāls, 2023). Tādējādi var secināt, ka *Democracy Index 2022* novērtējuma kontekstā reālā politiskā situācija Latvijā uzskatāmi apstiprina valdības funkcionēšanas kritērijā saņemto zemo novērtējumu.



Apkopojot informāciju par globālo indeksu rādītājiem, autore secina, ka Latvijas politiskā vide raksturojama kā liberālās demokrātijas sistēmu nodrošināšana, tomēr būtiskākās problēmas tās kontekstā novērojamas iekšējo reformu īstenošanā, politiskajā līdzdalībā, politiskajā kultūrā un valdības funkcionēšanā. No vienas puses, tas norāda uz labvēlīgiem nosacījumiem ziedošanas videi, no otras – var veicināt piesardzību, jo īpaši – reformu trūkuma un politiskās vides nesakārtotības dēļ.

### ***Ekonomiskā vide/ faktori***

Nacionālā ekonomika: LR Ekonomikas ministrijas 2023. gada aprīlī publicētajā Latvijas makroekonomikas apskatā (LR EM, 2023) norādīts, ka pēc Covid-19 pandēmijas, 2021. gadā Latvijas ekonomikā atgriezās pieauguma tendences – IKP paaugstinājās par 4,1%. Tomēr 2022. gada Krievijas iebrukums un karš Ukrainā tā pieaugumu palēnināja līdz 2% pieaugumam. 2023. gada prognozes rādīja, ka plānotais IKP būs tikai 0,8% apmērā salīdzinājumā ar 2022. gadu. Šīs tendences norāda, ka Latvijā pastāv ekonomiskās recesijas riski, ko vislielākajā mērā nosaka ģeopolitiskās tendences, it īpaši – Krievijas karš Ukrainā. Tādēļ prognozējama negatīva ietekme ne tikai uz ziedošanas tendencēm izglītības kontekstā, bet arī ekonomikā kopumā.

Starptautiskā ekonomika: dati rāda, ka Covid-19 pandēmija līdz ar Krievijas karu Ukrainā negatīvi ietekmē arī starptautiskos tirgus, bremzējot pasaules ekonomisko izaugsmi un visbūtiskāk ietekmējot tieši pārtikas un enerģijas cenas (LR EM, 2023). Dati par 2022. gadu un prognozes par 2023. un 2024. gadu norāda, ka globālā IKP, neskaitot ES, pieaugums un prognozes ir 3,1% 2022. gadā, 3,0% 2023. gadā (prognoze) un 3,3% 2024. gadā (prognoze), tomēr negatīvāka tendence vērojama lielajos ekonomiskās varas centros: reģionāli – Eirozonā IKP pieaugums, attiecīgi, 3,5%, 0,9% un 1,5%, ASV – 2,1%, 1% un 1,6%, Ķīnā – 3%, 0,2% un 1,3% (LR EM, 2023). Starptautiskais Valūtas fonds 2023. gada jūlijā prognozēja, ka 2022. gadā globālais IKP samazināsies par 3,5%, bet 2023. un 2024. gadā – līdz 3% katrā (IMF, 2023).

Pasaules Banka savukārt norāda, ka viens no lielākajiem izaicinājumiem papildus jau minētajām Covid-19 pandēmijas un Krievijas kara ietekmēm ir inflācijas ierobežošana globālā mērogā. PB prognozē, ka šis process liks nacionālā līmenī ievērot stingrāku monetāro politiku, tādējādi bremzējot arī ekonomisko aktivitāti, negatīva ietekme būs arī banku sektoram, samazinot kredītu pieejamības nosacījumus, kas kopumā potenciāli var sekmēt globālo ekonomisko lejupslīdi (World Bank, 2023).

Attiecībā uz Eiropas Savienības ekonomisko izaugsmi EK norāda, ka, lai gan prognozētais kritums pēc Krievijas iebrukuma Ukrainā nav bijis tik liels, kā norādīja sākotnējie modeļi, tomēr arī turpmākās prognozes ir ar negatīvu tendenci. Tas saistīts ar jau minēto globālo inflācijas augsto līmeni, gan ASV banku sektora iespējamo negatīvo ietekmi uz ES ekonomisko situāciju. EK norāda arī, ka, lai gan enerģētisko resursu risku samazināšana saistībā ar Krieviju vērtējama kā pozitīva, tomēr enerģētikas cenu dinamikas nekonsekvence saglabājas kā riska faktors. Turklāt Krievijas kara neprognozējamā gaita EK vērtējumā saglabājas kā ļoti būtisks faktors (EC, 2023).

Apkopojot augšminēto, promocijas darba autore uzskata, ka šīs tendences norāda, ka Latvijas makroekonomisko vidi un tās ietekmi uz ziedošanas tendencēm tuvākos divus gadus lielā mērā noteiks gan globālās, gan starptautiski reģionālās (ES) ekonomikas attīstība. Būtiskākie riski Latvijas ekonomiskajai izaugsmei šādā perspektīvā ir, pirmkārt, Krievijas karš, otrkārt, inflācija, bet treškārt – enerģētikas sektors.

Ekonomiskās tendences: LR Ekonomikas ministrija norāda, ka būtiskākās negatīvās tendences 2023./2024. gadā ir saistītas ar inflācijas tempiem, kas apsteidz algu pieauguma tempus, iedzīvotāju pirktspējas samazināšanos, investīciju samazināšanos ēkās un būvēs, valsts budžeta deficīta pieaugumu. Savukārt pozitīvās tendences – pieaug ārvalstu tiešās investīcijas, investīcijas iekārtās un intelektuālā īpašuma produktos, aug privātais patēriņš, eksporta apjomi, banku sektora stabilitāte, situāciju pozitīvi ietekmē salīdzinoši zemais Latvijas vispārējais valdības parāda līmenis, kā arī stabilais darba tirgus. Kopumā šīs tendences norāda, ka patēriņa

cenās turpinās stabilizēties, darba tirgus (būtiski) nepasliktināsies, bruto darba samaksa pieaugs, tomēr tas atkarīgs no iespējamiem ģeopolitiskajiem pavērsieniem (LR EM, 2023).

Nodokļu politika: publiskajā telpā pieejamie ekspertu viedokļi, kā arī iestāžu un mediju aprēķini norāda – pirmkārt, Latvijā starp Baltijas valstīm ir augstākais nodokļu slogs darbiniekiem – Latvijā tie ir 23% iepretim Lietuvas 18% un Igaunijas 5%. Arī kopējo darbaspēka nodokļu īpatsvars Latvijā ir augstākais – 33% iepretim Igaunijas 29% un Lietuvas 24% (Pelane, 2023). LR FM dati norāda, ka Latvijā arī UIN likme ir augstākā no Baltijas valstīm – 20%, savukārt Igaunijā 20% un 14% likmes, bet Lietuvā – 15% un 5% likmes (LR FM, 2023). Otrkārt, Latvijas nodokļu sistēma tiek raksturota kā sarežģīta un, lai gan investoriem formāli optimāla, praksē tā nav piemērota tieši jaunajiem uzņēmumiem (Pelane, 2023; LSM, 2023). Secināms, ka nodokļu sistēmas nepilnībām piemīt potenciāls negatīvi ietekmēt ziedošanas tendencēm Latvijas augstskolām caur tās sarežģītību un augsto nodokļu slogu darbaspēkam.

Valūtas kurss: eiro 2022. gadā piedzīvoja zemāko kritumu tā pastāvēšanas laikā, no kursa 1,137 USD 2022. gada sākumā samazinoties līdz 0,96 USD 2022. gada septembrī. To noteica 3 galvenie faktori – Eiropas lielā enerģētiskā atkarība no Krievijas, Krievijas karš un Eiropas Centrālās bankas konservatīvā pieeja, salīdzinot ar ASV Federālo rezervju banku cīņā pret inflāciju (Ilzetzki & Jain, 2023).

Tomēr jānorāda, ka eiro ir spēcīga globālā tirgus valūta – 2023. gada augustā eiro kurss pret ASV dolāru bija paaugstinājies līdz 1,08 USD (ECB, 2023). Lai gan inflācija un ekonomikas izaugsme 2023.-2024. gadā tika prognozēta kā negatīva, kas var ietekmēt eiro stabilitāti, vienlaikus tai netika prognozēts pārlietu dziļš kritums (Cingari, 2023).

2022.-2023. gadā Biznesa augstskolas Turība un SKDS veiktajā pētījumā “Turības Biznesa indekss” secināts, ka lielākā daļa Latvijas uzņēmēju (52%) uzņēmējdarbības vidi vērtē kā sliktu, neskatoties uz to, ka attiecībā pret iepriekšējo gadu liela daļa šī indeksa rādītāju uzlabojusies. Kā norādīts augstskolas mājaslapā – uzņēmēji snieguši šādus vērtējumus:

- visaugstākie vērtējumi:
  - sakaru un interneta nodrošinājumam,
  - uzņēmējdarbības uzsākšanas ātrumam un vieglumam,
  - zinātniski tehnisko resursu nodrošinājumam,
  - sabiedrības attieksmei pret uzņēmējiem,
  - pašvaldības ietekmei uz uzņēmējdarbības attīstību tās teritorijā;
- vidēji negatīvi vērtējumi:
  - publisko un privāto sektoru jomas konkurencei,
  - transporta nodrošinājumam un ceļu stāvoklim,
  - finanšu pieejamībai,
  - ar uzņēmējdarbību saistītajai tiesiskajai videi,
  - uzņēmējdarbības izbeigšanas ātrumam un vieglumam,
  - valdības ietekmei uz uzņēmējdarbības attīstību;
- viszemākie vērtējumi:
  - elektrības nodrošinājumam un cenai,
  - darbaspēka pieejamībai,
  - ar uzņēmējdarbību saistītās likumdošanas stabilitātei,
  - uzņēmumu maksāto nodokļu apjomam,
  - administratīvajam slogam (Turība, 2023).

Tādējādi var secināt, ka no uzņēmēju viedokļa Latvijas ekonomiskās vides pozitīvās iezīmes saistītas ar tehnoloģiskajiem faktoriem, birokrātisko šķēršļu samazināšanos un sabiedrības un pašvaldību atvērtību, bet negatīvās – ar infrastruktūru uzņēmējdarbības videi, kā arī darbaspēka, nodokļu un politiskajiem aspektiem.

### ***Sociālā vide/ faktori***

Demogrāfiskie rādītāji: 2023. gadā Latvija dzīvoja 1 883 008 iedzīvotāju (CSP, 2023a). Kā norādīts Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) 2022. gada informatīvajā

pārskatā, laikā no 1990. līdz 2022. gadam iedzīvotāju skaits ir sarucis par gandrīz 800 000 jeb 30%. Izceļojuši gandrīz 470 000 iedzīvotāju, savukārt pārējais skaits samazinājies negatīva dabiskā pieauguma dēļ (CSP, 2023b).

Laukos 2022. gadā dzīvoja 32% Latvijas iedzīvotāju, savukārt pilsētās 68%. Rīgā 2022. gadā dzīvoja 32,3% no kopējā iedzīvotāju skaita (CSP, 2023b), tādējādi secināms, ka pārējās pilsētās dzīvo nepilni 36% visu Latvijas iedzīvotāju.

Pēc dzimuma sastāva Latvijā lielākā daļa – 53,7% 2022. gadā bija sievietes, bet vīriešu bija 46,3%. Vidējais vecums bija 42,9 gadi, sievietēm – 45,7, bet vīriešiem – 39,6 gadi. Demogrāfiskās slodzes kontekstā vecuma grupā līdz darbības vecumam 2022. gadā bija 16% visu valsts iedzīvotāju, virs darbības vecuma – 22,2%, bet darbības vecumā – 61,8% (CSP, 2023b).

Pēc etniskā sastāva lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju 2022. gadā bija latvieši – 63%, otra lielākā grupa – krievi – 24,2% (CSP, 2023b). Jānorāda, ka Rīgā latvieši 2022. gadā attiecībā pret krieviem bija mazākumā.

Dati parāda, ka Latvijas demogrāfiskās vides būtiskākās iezīmes ir depopulācija, urbanizācija, relatīvi zems darbaspējīgo iedzīvotāju īpatsvars (attiecībā pret līdz un pēc darbības vecuma iedzīvotāju skaitu).

Attiecībā uz ekonomisko aktivitāti dati par 2022. gadu norāda, ka bezdarba līmenis bija 7,1%, savukārt ekonomiski aktīvo iedzīvotāju bija 76,8% (CSP, 2023c).

Aplūkojot iedzīvotāju struktūru pēc iegūtās izglītības (pabeigtā izglītības līmeņa), vecumā no 15 gadiem lielākā daļa iedzīvotāju ieguvuši vidējo izglītību (40%). Vēl 13% ieguvuši profesionālo vidējo izglītību. Savukārt augstākajā izglītībā ar bakalaura grādu 2022. gadā bija 9% iedzīvotāju, ar maģistra grādu 19%, bet ar doktora grādu – nepilni 5% iedzīvotāju vecuma grupā no 15 gadiem, ieskaitot (CSP, 2023d). Šie dati norāda, ka augstāko izglītību ieguvušo īpatsvars ir salīdzinoši zems – kopumā tie ir 33% iedzīvotāju vecumā virs 15 gadiem. Būtiski, ka īpaši zems ir to iedzīvotāju skaits, kuri ieguvuši doktora grādu.

Augstākās izglītības kontekstā 2022. gadā veiktajā *Kantar.lv* Augstākās izglītības jomas reputācijas pētījumā (TNS Latvia, 2023) secināts, ka tā kopumā sabiedrībā pieaug, bet samazinās jauniešu vidū. Kopējais reputācijas indekss tai bija 69 punkti, kas vērtēts kā vidēji augsts. Pētījuma rezultāti norādīja arī, ka 10% visu iedzīvotāju un 25% jauniešu tuvāko 3 gadu laikā plānoja iegūt (papildu) augstāko izglītību. Iedzīvotāju kopumā vidū lielākais fokuss bija uz maģistra līmeņa izglītības apguvi, kas saskan ar iepriekš aprakstītajām tendencēm LR CSP statistiskajos datos par iegūto izglītības līmeni – arī tajos maģistra grāds bija ievērojami izplatītāks kā bakalaura vai doktora.

BTI īstenotajā *The Transformation Index* norādīts, ka viena no Latvijas lielākajām eksistenciālajām problēmām ir demogrāfiskā lejupslīde – tā kā 21. gs. sākumā valsti pametuši ap 400 000 iedzīvotāju, Latvija nespēj tos atgūt. Turklāt urbanizācijas tendences norāda uz to, ka jaunākā sabiedrības daļa aktīvi pārceļas uz pilsētām, it īpaši Rīgu, ievērojami samazinot lauku populācijas daļu. Vērojams arī iedzīvotāju dzīvildzes pieaugums un zems jaundzimušo skaits, kas palielina riskus senioru uzturēšanai – pieaug senioru skaits un samazinās ekonomiski aktīvo iedzīvotāju īpatsvars, palielinot slogu sociālā atbalsta sistēmai (Bertelsmann Stiftung, 2023b).

Latvijas Republikas Pārresoru koordinācijas centra (PKC) 2022. gada tautas ataudzes stratēģijā norādīts, ka 2021. gadā Latvijā bijis zemākais dzimušo skaits pēdējo 100 gadu laikā – 17,4 tūkstoši jaundzimušo. Turpinājies samazināties arī iedzīvotāju skaits, pieaudzis māšu vecums pirmā bērna dzimšanas brīdī. Palielinājies arī nabadzības risks mājsaimniecībās ar bērniem, turklāt ģimenēs ar diviem pieaugušajiem un bērniem tas 2020. gadā bija 12,6% no visu šo ģimeņu skaita, bet ģimenēs ar vienu pieaugušo – 37,4% (PKC, 2022)

Attiecībā uz kopējo iedzīvotāju struktūru, esošās tendences norāda uz depopulāciju – ES prognozēs laika periodā no 2015.g. līdz 2060. gadam Latvija ir viena no sešām valstīm, kurā tiek prognozēts iedzīvotāju skaita samazinājums, kas lielāks par 25%. Tas, savukārt, norāda stagnācijas riskiem nacionālās ekonomikas attīstībai (PKC, 2022).

Gan depopulācija, gan citu faktoru ietekme veicina arī darbaspēka pieejamības samazināšanos (PKC, 2022).

Ekspertu vērtējumā būtiskas demogrāfiskās vides problēmas, kas tieši ietekmē demogrāfiskās situācijas pasliktināšanos papildus jau minētajām, ietver nekvalitatīvo ģimeņu atbalsta politiku, izglītības kvalitāti, nepietiekamu atbalsts mājokļu, studiju kredītiem, migrāciju, zemās algas, algu un cenu nevienlīdzību, veselības aprūpes nepieejamību (Klimovičs, 2022).

LR Centrālā statistikas pārvalde veic arī statistisko novērtējumu un izpēti iedzīvotāju apmierinātībai ar dzīvi un labsajūtai. Iegūtie dati par 2022. gadu norāda, ka 10 ballu skalā Latvijas iedzīvotāji vērtē savu apmierinātību ar dzīvi un uzticēšanos apkārtējiem šādi: vispārēja apmierinātība ar dzīvi – 6,8 balles; apmierinātība ar personiskajām attiecībām – 7,9 balles; apmierinātība ar finansiālo situāciju – 5,9 balles, uzticēšanās citiem cilvēkiem – 6,4 balles (CSP, 2023e).

### ***Tehnoloģiskā vide/ faktori***

2018. gadā finansējuma īpatsvars pētniecībai un attīstībai Latvijā bija 0,63% no IKP, savukārt 2022. gadā – 0,7%. Valsts budžeta finansējums pētniecībai un attīstībai 2018. gadā bija 0,21% no IKP (LR IZM, 2020; WIPO, 2022; Asere, 2022). 2021. gada pētījumā LU pētnieki G. Bērziņš un J. Priede (2021) akcentēja, ka ES Padome un EK vairākkārtīgi norādījusi, ka Latvija maz iegulda pētniecībā un attīstībā, tās ieguldījums desmit gadu laikā – no 2009. līdz 2019. gadam bijis viens no zemākajiem ES. Pētnieki norāda, ka valsts izaugsmes un konkurētspējas rādītāji tiešā veidā korelē ar inovācijām (Bērziņš un Priede, 2021), tādēļ investīciju deficīts inovāciju jomā Latvijā norāda uz būtiskiem ekonomiskās attīstības trūkumiem un riskiem.

2022. gada *Global Innovation Index* ziņojumā Latvija ierindota 41. vietā no 132 valstīm. Augstākie rādītāji – tādās jomās kā nacionālā kino attīstība, poligrāfijas un citu mediju nozares īpatsvars apstrādes rūpniecībā, augstskolās uzņemto vidusskolu beigušo īpatsvars (tomēr vērojams arī liels studiju pārtraucēju skaits), augsts kultūras un radošo pakalpojumu eksporta īpatsvars kopējā eksportā (2,1% no IKP), augsts zinātnisko grādu saņēmušo nodarbināto sieviešu īpatsvars (27,1%). Savukārt viszemāk novērtētie rādītāji – spēja piesaistīt lielus ārvalstu uzņēmumus pētniecības un attīstības veikšanai, zems nozaru īpatsvars, kas ražo augsto tehnoloģiju produktus, pasaules vērtīgāko zīmolu trūkums, zemie izdevumi programmatūras iegādei, zems iekšzemes kredītu apjoms privātajam sektoram, ļoti zems maksājumu apjoms par intelektuālo īpašumu, zema e-līdzdalība (WIPO, 2022; Asere, 2022).

RTU pētnieks J. Grizāns promocijas darbā 2015. gadā norādīja, ka Latvijā augstākās izglītības, zinātnes jomu un uzņēmēju sadarbības pagātnē tika veicinātas nacionālajā līmenī, tomēr pēdējos gados šāda sadarbība tika aktīvāk veidota arī reģionāli. Galvenās šādā sadarbībā iesaistītās organizācijas ir biznesa inkubatori, inovāciju centri, tehnoloģiju pārneses kontaktpunkti, mūžizglītības centri, uzņēmēju mācību centri, zinātniskie institūti un zinātniskās laboratorijas. Pētnieks norāda, ka sadarbības virzienus reģionos nosaka šajās organizācijās iesaistīto augstskolu darbības virzieni. Lai gan pozitīva tendence ir privātā sektora iesaiste sadarbības infrastruktūras veidošanā – un te veicinošie faktori ir vietas ar labi attīstītu lokālo infrastruktūru, tomēr Latvijai, kā norāda pētnieks, raksturīga zema uzņēmēju interese par zinātniskās infrastruktūras izmantojumu (Grizāns, 2015).

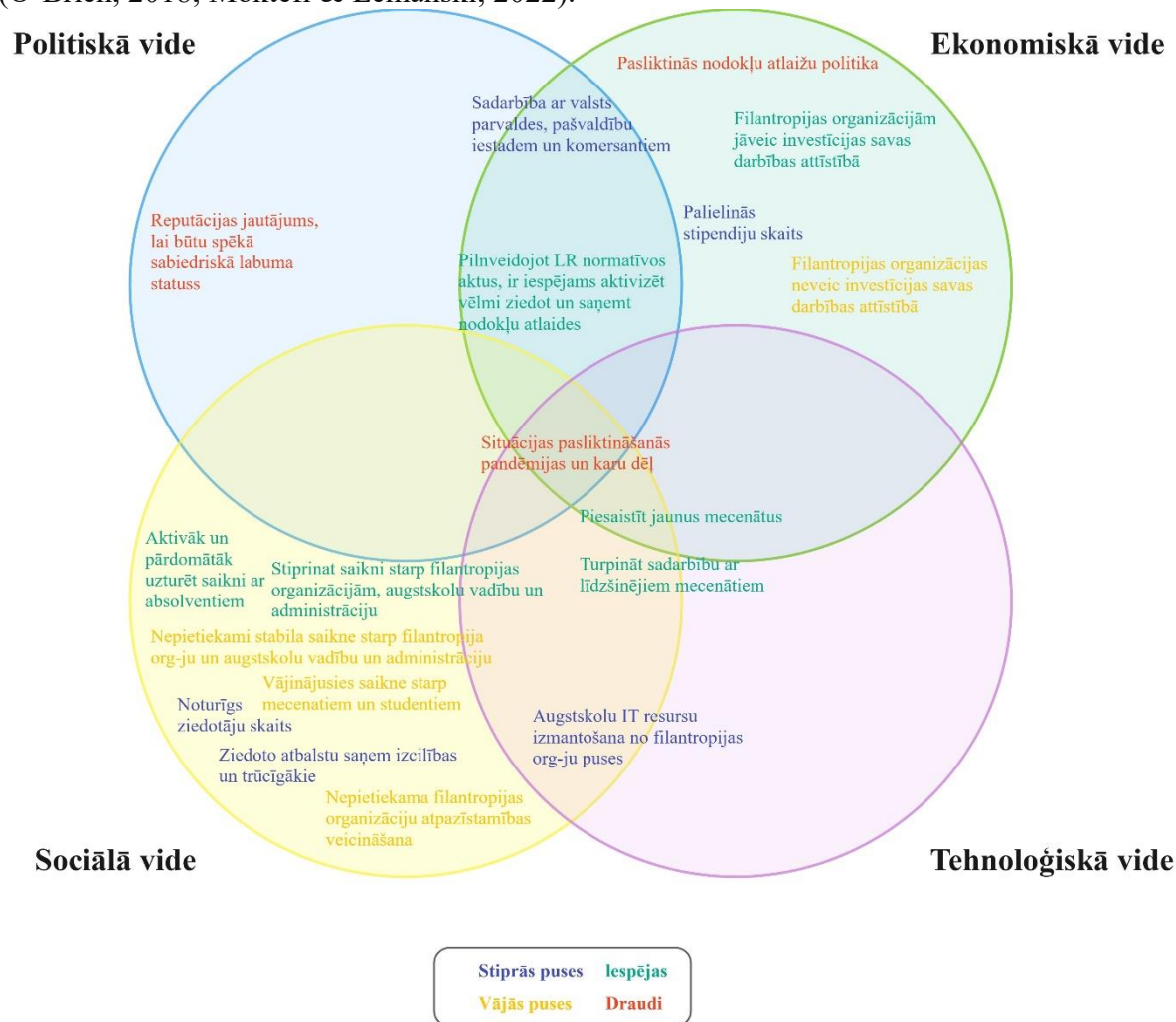
2022.-2023. gadā Biznesa augstskolas Turība un SKDS veiktajā pētījumā “Turības Biznesa indekss” secināts, ka tehnoloģisko faktoru kontekstā Latvijas uzņēmēji visaugstāk vērtē sakaru un interneta nodrošinājumu, kā arī zinātniski tehnisko resursu nodrošinājumu, bet vidēji negatīvi – transporta nodrošinājumu un ceļu stāvokli (autore norāda, ka iepriekš aprakstītajā J. Grizāna pētījumā lokālā infrastruktūra norādīta kā būtisks augstākās izglītības, zinātnes jomu un uzņēmēju sadarbību veicinošs faktors). “Turības Biznesa indeksā” uzņēmēji tehnoloģiju kontekstā viszemāk novērtējuši elektrības nodrošinājumu un cenu (Turība, 2023).

Autore secina, ka Latvijas tehnoloģiskajai videi raksturīgs ļoti zems finansējuma īpatsvars pētniecībai un attīstībai dažādos aspektos, zema uzņēmēju ieinteresētība sadarbībā ar zinātnes un augstākās izglītības jomu pārstāvjiem.

3.22. attēlā autore grafiski integrējusi iepriekš veikto SVID un PEST analīžu rezultātus Venna diagrammā.

Venna diagramma ir plaši pielietots rīks dažādās jomās, kas ļauj ne tikai grafiski uzskatāmi parādīt attiecības starp analizētajām vienībām, konceptiem, rādītājiem u. tml., bet dod arī iespēju ģenerēt jaunu informāciju (Moktefi & Lemanski, 2022).

Venna diagramma reprezentē rādītājus/vienības apļos, kas savstarpēji pārklājas, tādējādi rādot loģiskās attiecības starp rādītājiem/analizētajām vienībām (Bartel et al., 2022). Jānorāda, ka šī veida diagramma noder gan statistiskajiem aprēķiniem, gan kvalitatīvajai analīzei (O'Brien, 2018; Moktefi & Lemanski, 2022).



Avots: autores pētījums un konstrukcija, pamatojoties uz veikto SVID un PEST analīzi

3.22. att./ Fig. 3.22. SVID/PEST analīžu Venna diagramma/ Venn diagram of SWOT/PEST analysis

Kā redzams 3.22. attēlā, SVID faktoru izkārtojums lielākoties vērojams sociālās un ekonomiskās vides dimensijās. Visblīvākais SVID faktoru kopums ir sociālās vides sektorā, tam seko ekonomiskā vide. Tikai netieši ietekmējošajā sociālajā vidē vienlīdz klātesošās ir vājās puses un iespējas, plaši pārstāvētas arī stiprās puses, savukārt ekonomiskajā vidē sakņojas pa vienai stiprajai, vājajai pusei, iespējai un draudam.

Netieši ietekmējošajā ārējā vidē viena draudu kombinācija, kuru var sadalīt pat divu atsevišķu draudu faktoros, augstskolu dibināto filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendencēm ietekmē visus tās PEST aspektus – tā ir vispārējās situācijas pasliktināšanās gan

Covid-19 pandēmijas, gan Krievijas kara ietekmē. Jānorāda, ka šo draudu ietekmes ilgums nav precīzi prognozējams – Pasaules Veselības organizācijas 2023. gada 17. augusta ziņojums norāda, ka no jūlija vidus līdz augusta vidum pasaulē kopumā vērojams 63% pieaugums ar Covid-19 saslimušo skaita pieaugums, tiesa – ar 53% samazinājumu mirušo skaita ziņā (WHO, 2023). Arī dažādu reģionu prognozes norādīja, ka saslimšanu skaits uz rudeni un ziemu pieaugs, papildus kā riska faktors tika norādīta Covid-19 spēja ātri un neprognozējami mutēt (CDC, 2023; Reiner et al., 2023). Līdzīgi ir ar Krievijas īstenoto karu Ukrainā – tā ilgums iepriekš bija prognozēts vismaz līdz 2024. gadam ar iespēju, ka tas turpināsies vēl 2025. gadā (Ellyatt, 2023). Tomēr šī kara kontekstā jāņem vērā arī Krievijas darbību relatīvi grūtā prognozējamība attiecībā uz tās īstenotajām aktivitātēm ārpolitikā, piemēram, tās mijiedarbība ar ES, ar ASV, tās ietekme uz pārtikas tirgu, apdraudot kuģniecību Melnajā jūrā u. tml.

Skatot abas šīs prognozes (par Covid-19 un karu Ukrainā) autores veiktās PEST analīzes kontekstā, secināms, ka šie draudi satur kumulatīvus riskus, kas var radīt t.s. lavīnas efektu – piemēram, cenu tālāks pieaugums kara un pandēmijas ietekmē veicinātu inflāciju, tā stimulētu augstāku iedzīvotāju emigrāciju, politiskajā ziņā mazinātu valsts resursus iecerēto reformu īstenošanai augstākajā izglītībā, samazinātu finansējumu tehnoloģiskajā vidē – pētniecībai un inovācijām, un tas viss tālāk pa spirāli ietekmētu pārējās PEST vides.

3.22. attēlā redzams arī tas, ka starp politisko un ekonomisko vidi augstskolu dibināto filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendenču kontekstā pārklājas tās stiprā puse un iespēja – stiprā puse esošā sadarbība un iespēja uzlabot likumdošanu ziedošanai.

Attēlā redzami dati norāda arī uz divām iespējām, kas atrodas sociālās ekonomiskās un tehnoloģiskās vides pārklājumā – turpināt sadarbību ar esošajiem mecenātiem un piesaistīt jaunus mecenātus.

Savukārt stiprā puse, kas atrodas augstskolu dibināto filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes ārējās vides tehnoloģisko un sociālo vides pārklājumā, ir iespēja filantropijas organizācijām piesaistīt augstskolu tehnoloģiskos resursus.

Latvijas augstskolu sekmīga attīstība atkarīga no pietiekamiem finanšu resursiem, ko veido dažādi finansējumi: valsts, pašvaldību finansējums, finansējums pētniecībai, dažādi granti zinātnei; studiju maksas; maksas par pakalpojumu veikšanu un mecenātu ziedojumi stipendijām, mācību vides un infrastruktūras uzlabošanas projektiem. Augstskolām ir nepietiekams finansējums, tās novērtējušas ziedojumu piesaistes nozīmīgumu. Lielākoties mecenātu ziedojumi tiek novirzīti izcilu studentu, pētnieku atbalstam, kā arī infrastruktūras projektiem. Nozīmīga loma ir valsts dibināto augstskolu sadarbībai ar absolventiem, akcentējot, ka augstskolai būtu aktīvāk jāsadarbjas ar studentiem, lai jau vēlāk viņiem kā absolventiem būtu vēlme ziedot savai augstskolai. Nodokļu atlaižu politika dod iespēju augstskolu dibinātajiem fondiem un biedrībām ar sabiedriskā labuma statusu, nodrošināt nodokļu atlaides kā privātpersonām, tā uzņēmumiem. Ja organizācija zaudē sabiedriskā labuma statusu, tas var kļūt par iemeslu tam, ka mecenāti neturpina veikt ziedojumus. Sabiedriskā labuma statusa komisija pārskata organizāciju atbalstītu reizi kalendārajā gadā, balstoties uz iesūtītajām atskaitēm.

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu tendenci SVID analīzes un pāru metodes analīzes rezultātus autore ir izmantojusi scenāriju definēšanā un analīzē ziedojumu piesaistes ar pozitīvu tendenci noteikšanā valsts dibinātajās augstskolās.

### 3.4 Ziedojumu piesaistes scenāriji/ *Fundraising scenarios*

Ņemot vērā ziedojuma piesaistes pieredzi ārvalstīs, situāciju Latvijā un ekspertu ieteikumus, **autore izstrādāja trīs iespējamus scenārijus valsts augstskolu dibināto fondu ziedojumu piesaistes palielināšanai** ar pozitīvu dinamiku nākotnes izaicinājumiem.

Pilnvērtīgākai scenāriju izvērtēšanai autore veic scenāriju SVID analīzi un izmanto pāru salīdzināšanas metodi nozīmīgāko SVID faktoru noteikšanai.

**1. scenārijs:** 12 valsts dibināto augstskolu fondi turpina darboties ierastā ritmā, neveicot papildus investīcijas (naudas ziedojumu, jaunu sadarbības partneru iesaiste) fondu darbības dinamikas uzlabošanā. Šī scenārija drauds ir filantropijas organizāciju iespējama nonākšana stagnācijas fāzē un esošo ziedotāju, kuri ziedo ik gadu, zaudēšana, kā arī potenciālu ziedotāju ziedojumu nesauņemšana.

3.2. tabula/ Table 3.2.

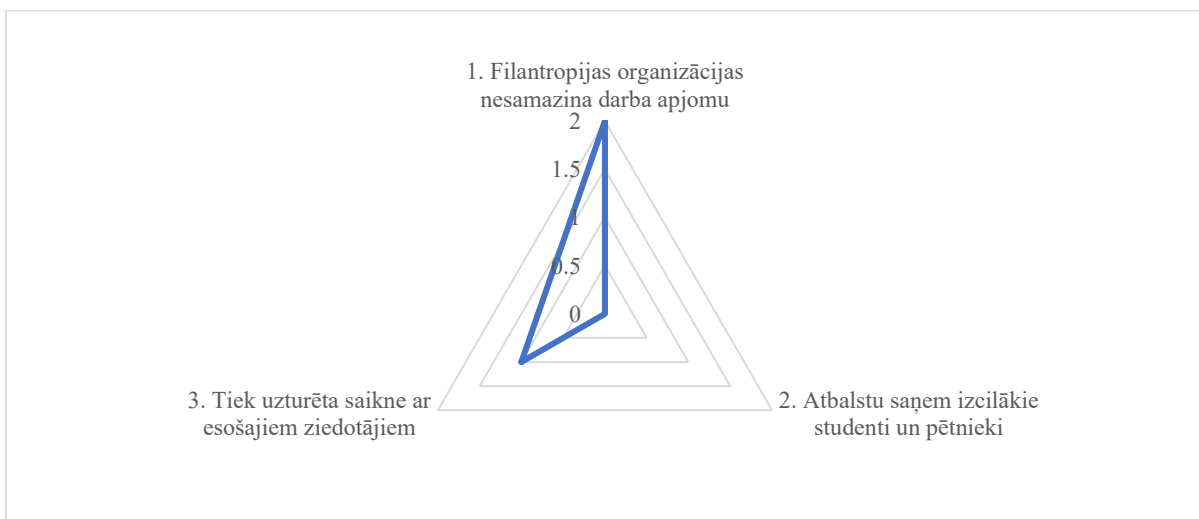
**1. scenārijs. Ziedojumu piesaistes tendenču SVID analīze/ Scenario 1. SWOT analysis of fundraising trends**

<b>Stiprās puses</b>	<b>Vājās puses</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filantropijas organizācijas nesamazina darba apjomu</li> <li>• Atbalstu saņem izcilākie studenti un pētnieki</li> <li>• Tiek uzturēta saikne ar esošajiem ziedotājiem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandēmija vājinājusi saikni starp mecenātiem</li> <li>• Netiek veiktas investīcijas filantropijas organizāciju attīstībā</li> <li>• Nav saiknes starp augstskolas vadību un filantropijas organizācijām</li> </ul>
<b>Iespējas</b>	<b>Draudi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turpināt sadarbību ar esošajiem mecenātiem</li> <li>• Stiprināt saikni starp filantropijas organizācijām un augstskolu vadību, administrāciju</li> <li>• Investēt filantropijas organizāciju attīstībā</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situācijas pasliktināšanās pandēmijas un karu dēļ</li> <li>• Var tikt apdraudēts sabiedriskā labuma statuss</li> <li>• Trūkst uzņēmumu, kas piedāvā prakses vietas</li> </ul>

*Avots: autore's pētījums un konstrukcija*

1. scenārijs paredz esošo filantropijas organizāciju darbību līdzšinējā apmērā – nemeklējot jaunus mecenātus, uzturēt saikni ar esošajiem mecenātiem. Stipendijas saņemtu paši motivētākie un izcilākie studenti un pētnieki. Diemžēl, darbojoties līdzšinējā apmērā, netiek rastas iespējas atbalstīt vēl vairāk studentu un pētnieku, kuri atbilstu izcilības kritērijiem. Līdz ar to netiks nodrošināta pozitīva tendence pētījumu kvalitātes uzlabošanai. Nepieaugs atbalstīto prakšu skaits uzņēmumos, kuros studenti, kas saņem stipendijas, varētu pielietot savas augstskolā iegūtās zināšanas praksē. Esošie mecenāti atbalsta izcilākos augstskolas studentus un pētniekus.

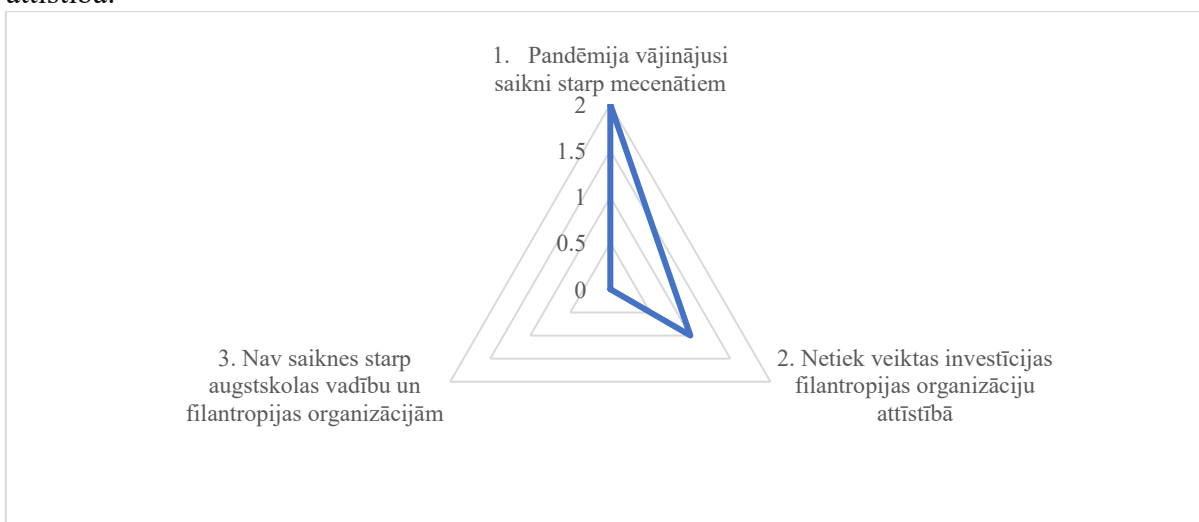
Kā redzams 3.23. attēlā, būtiskākā 1. scenārija stiprā puse ir tā, ka filantropijas organizācijas nesamazina esošo darba apjomu. Otrā stiprā puse, kas tieši izriet no pirmās, ir uzturēta saikne ar esošajiem ziedotājiem.



Avots: autores pētījums un konstrukcija

3.23. att./ Fig. 3.23. **1. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – stiprās puses/ The 1<sup>st</sup> scenario assessment. Fundraising trends – strengths**

Pirmajam scenārijam piemītošās vājās puses ir attēlotas 3.24. attēlā: vājināta saikne ar mecenātiem pandēmijas dēļ un tas, ka netiek veiktas investīcijas filantropijas organizāciju attīstībā.

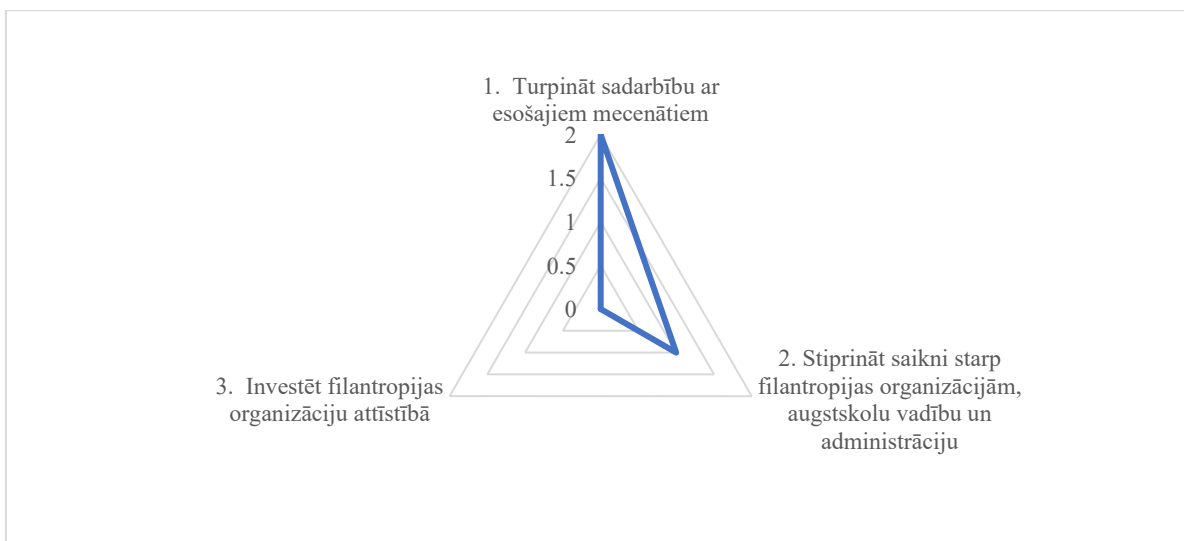


Avots: autores pētījums un konstrukcija

3.24. att./ Fig. 3.24. **1. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – vājās puses/ The 1<sup>st</sup> scenario assessment. Fundraising trends – weaknesses**

Būtiskākās iespējas 1. scenārija ziedojumu piesaistes tendenču izvērtējumā ir sadarbības turpināšana ar esošajiem mecenātiem un saiknes stiprināšana starp filantropijas organizācijām un augstskolu vadību, tās administrāciju.

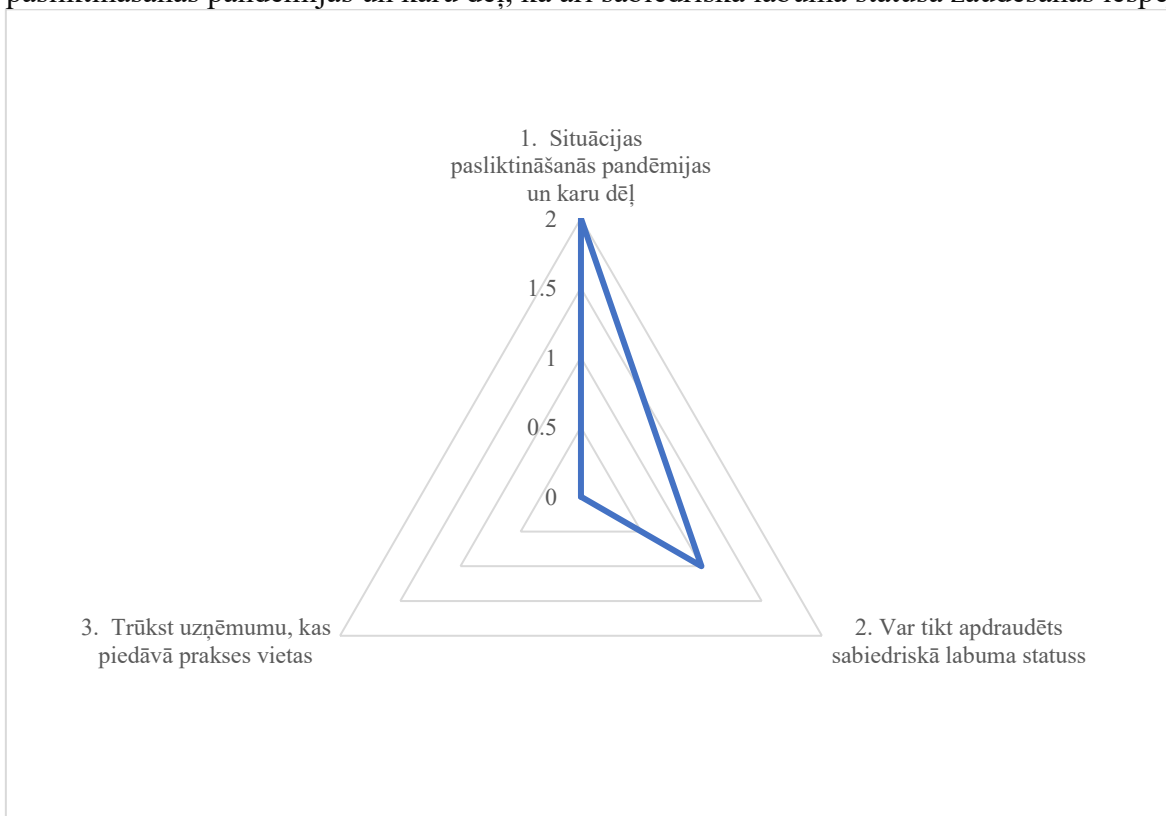




Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.25. att./ Fig. 3.25. **1. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – iespējas/**  
**The 1<sup>st</sup> scenario assessment. Fundraising trends – opportunities**

Nopietni draudi 1. scenārijam ziedojumu piesaistes tendenču izvērtējumam ir situācijas pasliktināšanās pandēmijas un karu dēļ, kā arī sabiedriskā labuma statusa zaudēšanas iespēja.



Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.26. att./ Fig. 3.26. **1. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – draudi/**  
**The 1<sup>st</sup> scenario assessment. Fundraising trends – threats**

Turpmāk tiks apskatīts otrais scenārijs, ar pāru metodi novērtējot SVID analīzes identificētos faktorus.

**2. scenārijs:** 12 valsts dibināto augstskolu fondi aktīvi sadarbojas ar valsts un pašvaldību iestādēm, lai veicinātu pozitīvu ziedojumu piesaistes dinamiku. Pašvaldībām, kuru teritorijā darbojas augstskolas, ir nozīmīga loma augstskolu attīstībā. Tās organizē kopīgus pasākumus,

atbalsta studentus un pētniekus. Valsts institūcijas nodrošina nodokļu atlaižu politiku kā privātpersonām, tā uzņēmumiem.

2. scenārijs paredz ciešāku sadarbību ar valsts un pašvaldību iestādēm. Piemēram, tās varētu būt pašvaldību dotācijas novadā reģistrētajiem jauniešiem, kuri vēlas studēt augstskolā un, iespējams, pēc studijām varētu atgriezties savā novadā. Pašvaldību stipendiju skaita palielināšana veicinātu arī pētnieciskos rādītājus. Studentiem atgriežoties savās dzīvesvietās pēc studijām, tiktu veicināta konkurētspēja attiecīgajā pašvaldībā. Palielinoties stipendiju skaitam, būtu vairāk studentu, kuri, saņemot stipendiju, varētu pilnvērtīgāk pievērsties studiju procesam. Esošie mecenāti un pašvaldību pārstāvji varētu sadarboties, atbalstot izcilākos studentus un pētniekus. Šis scenārijs paver iespējas piesaistīt arī jaunus mecenātus un plašāk informēt studentus par iespējām saņemt mecenātu un pašvaldību stipendijas.

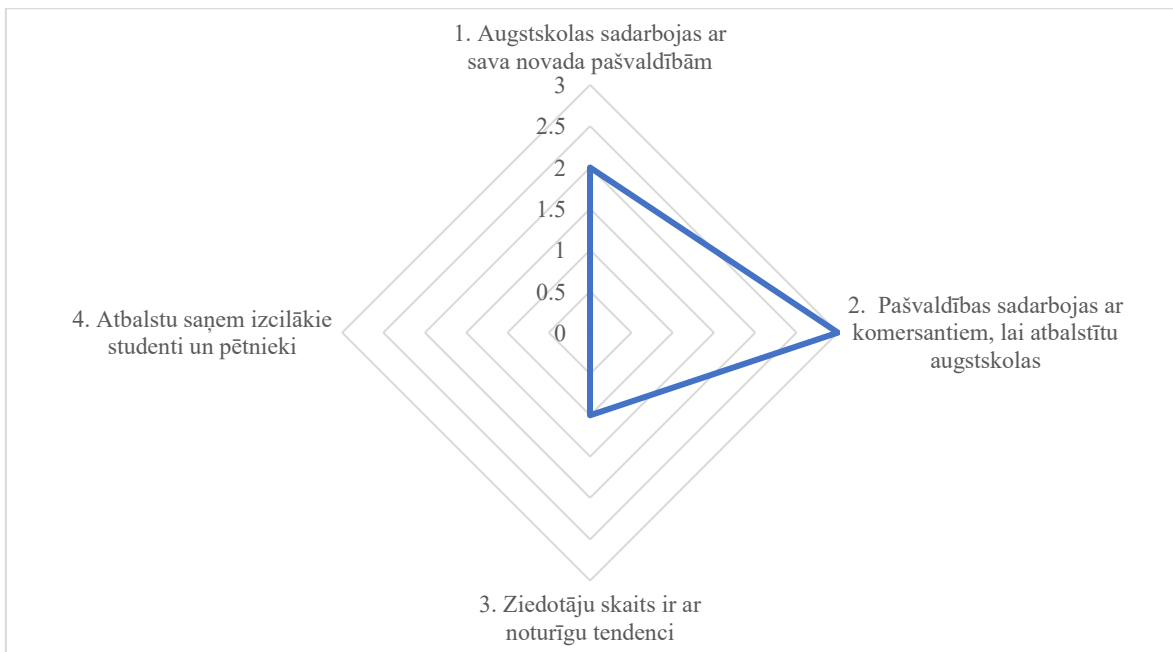
Protams, ka pastāv arī draudi, ka situācija pasliktinās pandēmijas un karu dēļ, kā arī faktori, ka pašvaldībām nav iespēju turpināt atbalstu un augstskolu reputācijas dēļ filantropijas organizācijas varētu zaudēt sabiedriskā labuma statusu.

**2. scenārijs. Ziedojumu piesaistes tendenču SVID analīze/ Scenario 2. SWOT analysis of fundraising trends**

<b>Stiprās puses</b>	<b>Vājās puses</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augstskolas sadarbojas ar sava novada pašvaldībām</li> <li>• Pašvaldības sadarbojas ar komersantiem, lai atbalstītu augstskolas</li> <li>• Ziedotāju skaits ir ar noturīgu tendenci</li> <li>• Atbalstu saņem izcilākie studenti un pētnieki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pašvaldību atbalstītie studenti neatgriežas savos novados</li> <li>• Studenti nezina par iespējām saņemt atbalstu</li> <li>• Filantropijas organizācijas nesadarbojas ar augstskolas vadību</li> </ul>
<b>Iespējas</b>	<b>Draudi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turpināt sadarbību ar esošajiem mecenātiem</li> <li>• Piesaistīt jaunus mecenātus, lai varētu vairāk atbalstīt studentus un pētniekus</li> <li>• Informēt studentus par iespējām saņemt atbalstu</li> <li>•</li> <li>• Motivēt atbalstītos studentus atgriezties savos novados</li> <li>• Filantropijas organizācijām jāsadarbojas ar augstskolas vadību</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situācijas pasliktināšanās pandēmijas un karu dēļ</li> <li>• Reputācijas jautājums, lai būtu spēkā sabiedriskā labuma statuss</li> <li>• Pašvaldības neturpina atbalstu</li> </ul>

*Avots: autore's pētījums un konstrukcija*

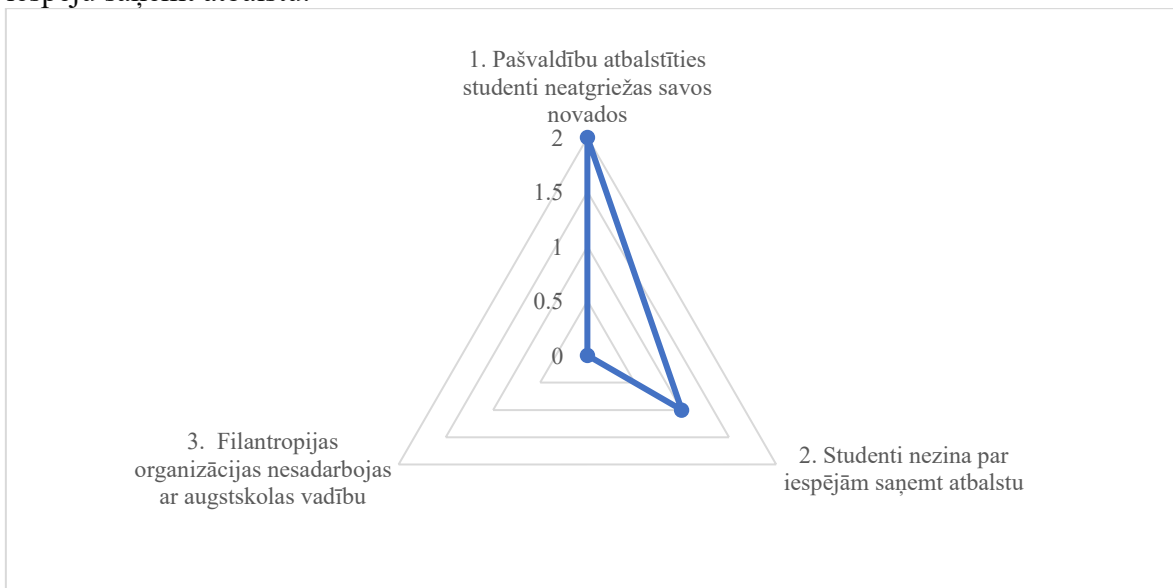
Pēc pāru metodes novērtējuma, būtiskākā 2. scenārija stiprā puse ir pašvaldību sadarbība ar komersantiem, lai varētu atbalstīt augstskolas un augstskolu sadarbība ar sava novada pašvaldībām. Nozīmīga stiprā puse ir arī augstākās izglītība siestāžu sadarbība ar sava novada pašvaldībām, – šī sadarbība var sniegt kā administratīva rakstura atbalstu, tā palīdzēt stiprināt pašvaldības ilgtspēju, jo augstskola sniedz nozīmīgu ieguldījumu vietējās kopienas dzīves kvalitātes un ekonomiskās izaugsmes stiprināšanā, tai skaitā – pašvaldības iedzīvotāju skaita palielināšanā un vispārējā izglītības līmeņa celšanā.



Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.27. att./ Fig. 3.27. **2. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – stiprās puses/ The 2<sup>nd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – strengths**

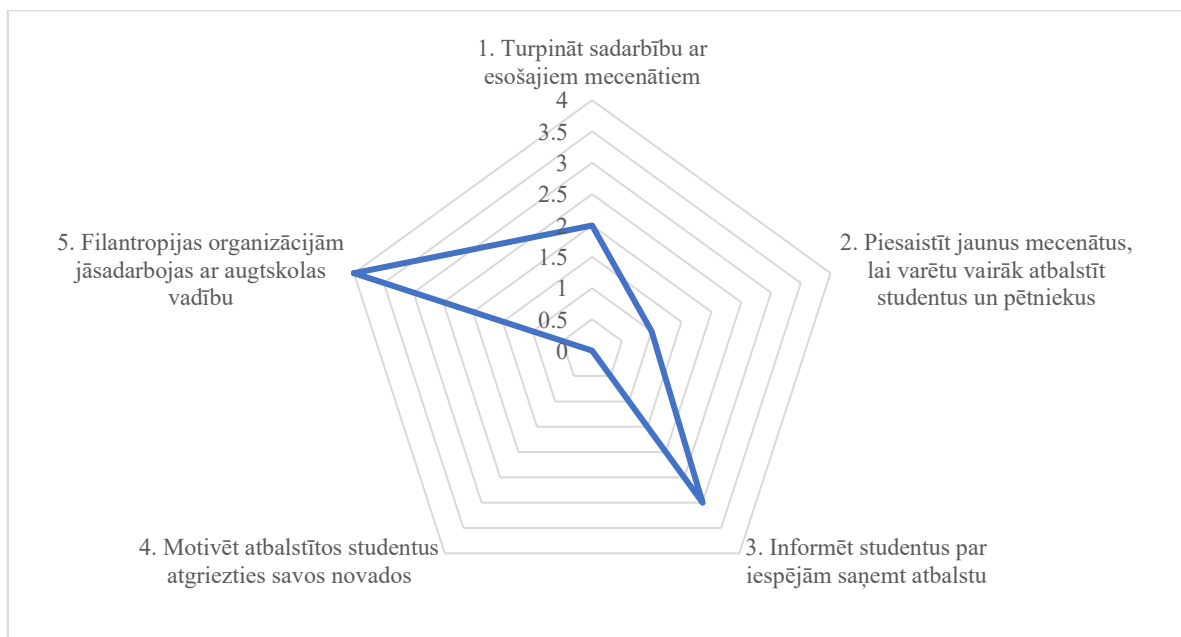
2. scenārijam piemītošās būtiskākās vājās puses redzamas 3.28. attēlā – pašvaldību atbalstītie studenti neatgriežas savos novados un ir nepietiekama informācija studentiem par iespēju saņemt atbalstu.



Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.28. att./ Fig. 3.28. **2. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – vājās puses/ The 2<sup>nd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – weaknesses**

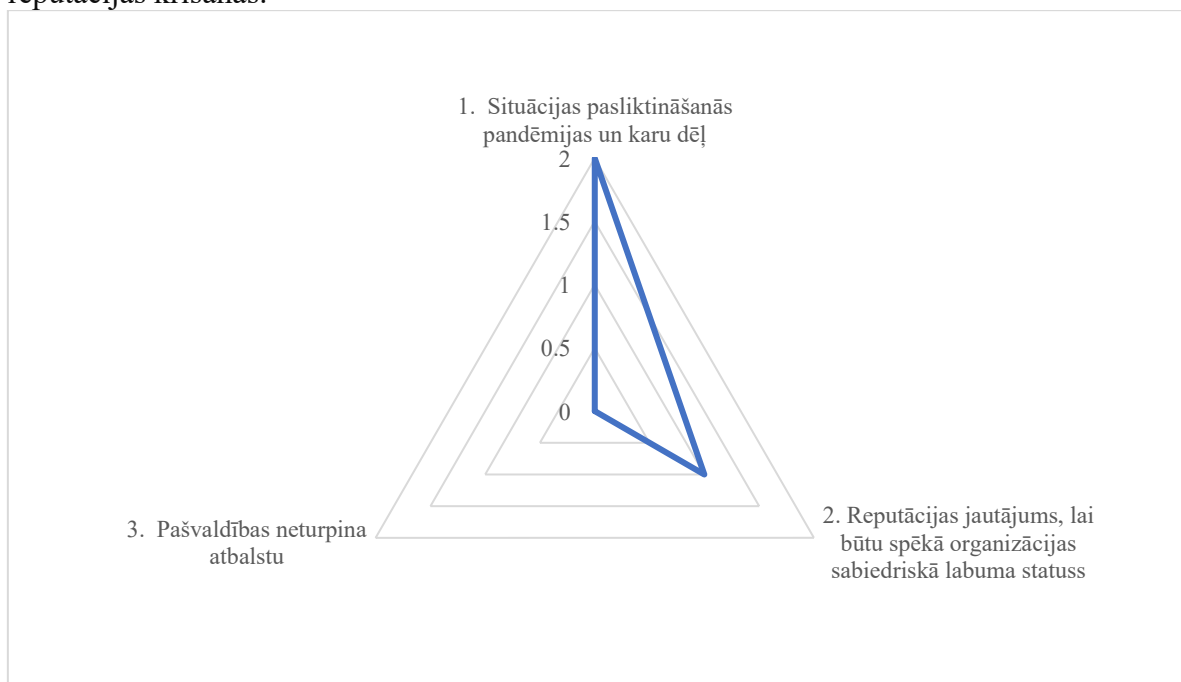
Būtiskākā 2. scenārija ziedojumu piesaistei iespēja (skat. 3.29. attēlu), ir filantropijas organizāciju sadarbība ar augstskolu vadību, administrāciju, kā arī studentu informēšana par iespējām saņemt atbalstu stipendiju veidā.



Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.29. att./ Fig. 3.29. **2. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – iespējas/**  
**The 2<sup>nd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – opportunities**

Nopietni draudi 2. scenārija ziedojumu piesaistes tendenču izvērtējumā (3.30. att.) ir situācijas pasliktināšanās pandēmijas un karu dēļ, kā arī augstskolu un filantropijas organizāciju reputācijas krišanās.



Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.30. att./ Fig. 3.30. **2. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – draudi/**  
**The 2<sup>nd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – threats**

Turpmāk tiks apskatīts 3. scenārijs, ar pāru metodi novērtējot SVID analīzes identificētos faktorus. Tas paver plašākas iespējas filantropijas organizācijām piesaistīt ziedojumus, jo tiek veiktas investīcijas filantropijas organizāciju darbībā.

**3. scenārijs:** 12 valsts dibinātie augstskolu fondi aktivizē pasākumu kompleksus ar esošajiem un potenciālajiem mecenātiem, veicot naudas investīcijas fondu darbības uzlabošanā un piesaistot jaunus sociālos partnerus ziedojumu piesaistē. Šī scenārija ieguvums ir

filantropijas organizāciju pārdomāta attīstības dinamika, kas paredz esošo ziedotāju ikgadējus ziedojumus un jaunu ziedotāju piesaisti.

Trešais scenārijs paredz sadarbību ar dažādiem sociāliem partneriem, lai piesaistītu papildus līdzekļus studentu un pētnieku atbalstam. Tie varētu būt dažādi konkrētam ziedojuma mērķim organizēti pasākumi, lai piesaistītu ziedojumus, piemēram, filantropijas organizācija kopā ar augstskolu organizē labdarības koncertu. Pasākuma apmeklētāji par piedalīšanos ziedo līdzekļus konkrētam mērķim. Šī scenārija būtisks nosacījums ir sadarbība ar absolventiem.

3.4. tabula/ *Table 3.4.*

**3. scenārijs. Ziedojumu piesaistes tendenču SVID analīze/ Scenario 3. SWOT analysis of fundraising trends**

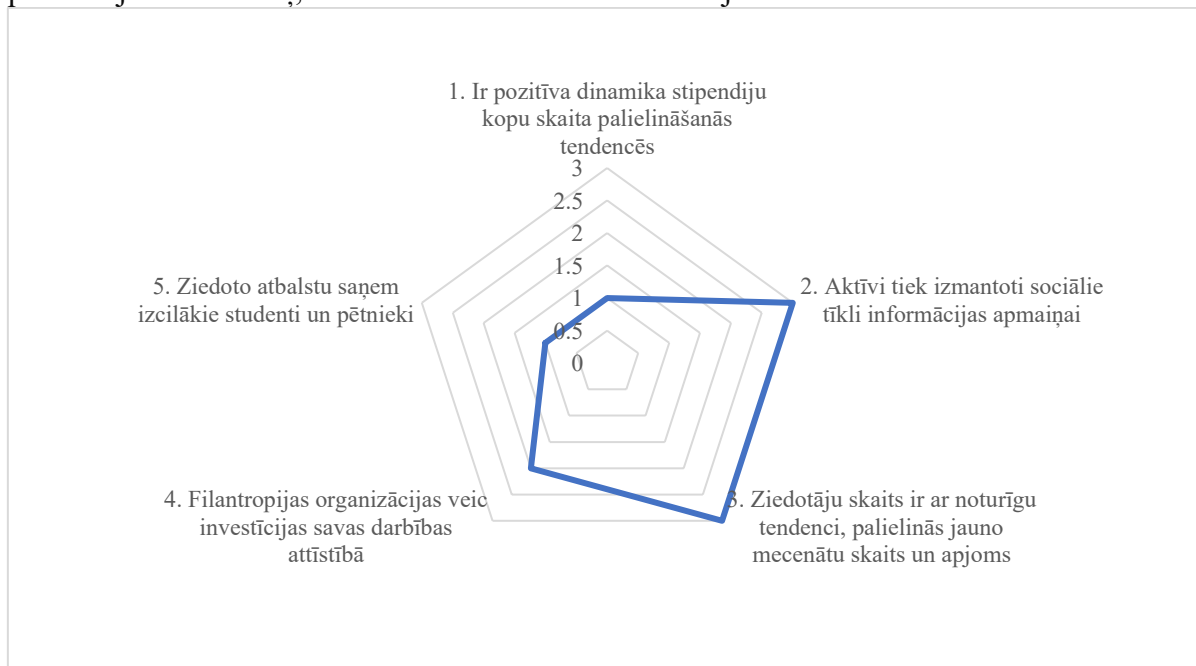
<b>Stiprās puses</b>	<b>Vājās puses</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ir pozitīva dinamika stipendiju kopu skaita palielināšanās tendencēs</li> <li>• Aktīvi tiek izmantoti sociālie tīkli informācijas apmaiņai</li> <li>• Ziedotāju skaits ir ar noturīgu tendenci, palielinās jauno mecenātu skaits un apjoms</li> <li>• Filantropijas organizācijas veic investīcijas savas darbības attīstībā</li> <li>• Ziedoto atbalstu saņem izcilākie studenti un pētnieki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vājinās saikne starp mecenātiem, studentiem, stipendiātiem un absolventiem</li> <li>• Nepietiekama filantropijas organizāciju atpazīstamības veicināšana</li> <li>• Nepietiekami stabila saikne starp filantropijas organizāciju un augstskolu vadību un administrāciju</li> </ul>
<b>Iespējas</b>	<b>Draudi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turpināt sadarbību ar esošajiem mecenātiem</li> <li>• Piesaistīt jaunus mecenātus, lai varētu vairāk atbalstīt studentus un pētniekus</li> <li>• Aktīvāk un pārdomātāk uzturēt saikni ar absolventiem</li> <li>• Aktīvāk organizēt stratēģiski pārdomātu atpazīstamību sabiedrībā</li> <li>• Stiprināt saikni starp filantropijas organizācijām, augstskolu vadību un administrāciju</li> <li>• Filantropijas organizācijām jāveic investīcijas savas darbības attīstībā</li> <li>• Pilnveidojot LR normatīvos aktus, ir iespējams aktivizēt vēlmi ziedot un saņemt nodokļu atlaides</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situācijas pasliktināšanās pandēmijas un karu dēļ</li> <li>• Reputācijas jautājums, lai būtu spēkā sabiedriskā labuma statuss</li> <li>• Pasliktinās nodokļu atlaižu politika</li> </ul>

*Avots: autores pētījums un konstrukcija*

Svarīga ir filantropijas organizācijas un augstskolas vadības sinerģiska sadarbība ziedojumu kampaņas organizēšanā. Ziedojumu kampaņu organizēšanā būtu jāpiesaista profesionāļi: PR un mārketinga aģentūras, kas savu piensumu varētu ziedot *pro bono*. Ja filantropijas organizācijas, pateicoties investīcijām, palielinās pozitīvu dinamiku ziedošanas

tendencēm, būs jāveido aktīvāka sadarbība ar likumdevēju, lai varētu piemērot labvēlīgāku nodokļu atlaizņu politiku filantropijas organizācijām, kas administrē ziedojumus izglītības kvalitātes nodrošināšanā. Diemžēl datus par līdzšinējo investīciju ziedojumu kampaņu organizēšanā no filantropijas organizācijām nebija iespējams iegūt konfidencialitātes dēļ.

Ja nenotiks filantropijas organizāciju atpazīstamības veicināšana, tad var vājināties saikne ar mecenātiem, studentiem, stipendiātiem un absolventiem. Situācija var pasliktināties arī pandēmiju un karu dēļ, kad tiek ieviesti dažādi ierobežojumi.

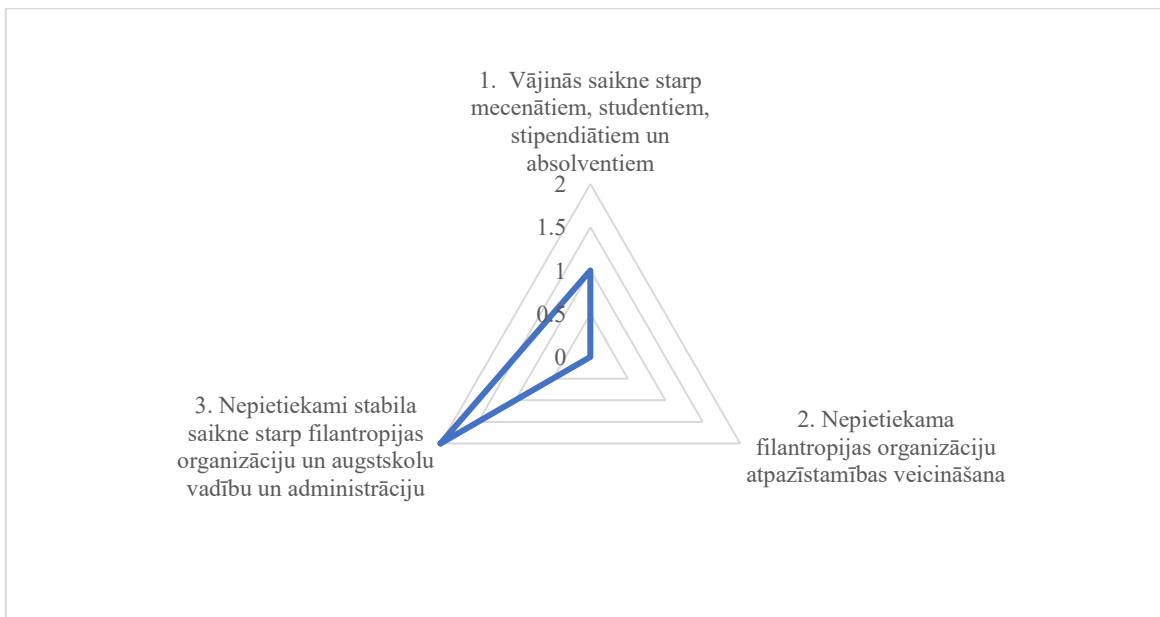


Avots: autores pētījums un konstrukcija

3.31. att./ Fig. 3.31. **3. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – stiprās puses/ The 3<sup>rd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – strengths**

Būtiskākās 3. scenārija stiprās puses ir ziedotāju skaita un finansiālā apjoma palielināšanās un aktīva sociālo tīklu izmantošana informācijas apmaiņā. Tas ir iespējams, jo filantropijas organizācijas veic investīcijas savu darbību attīstībā.

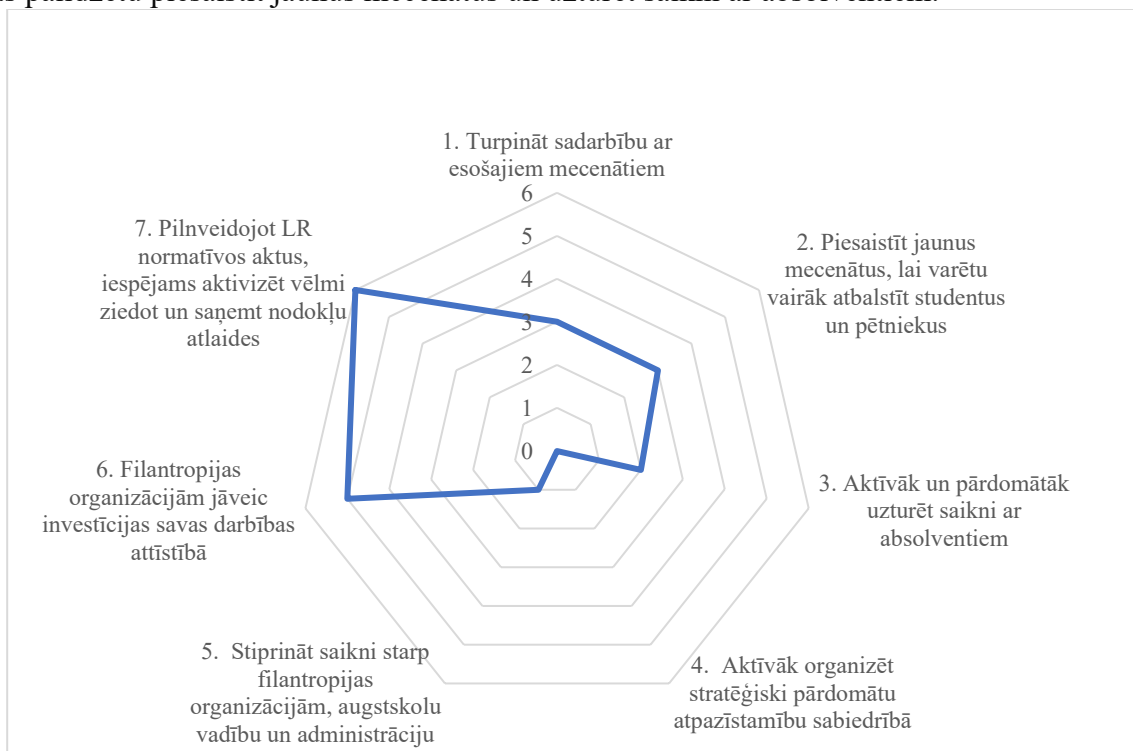
3. scenārijam piemītošās būtiskākās vājās puses ir parādītas 3.32. attēlā: nepietiekama saikne starp filantropijas organizācijām un augstskolu vadību, administrāciju, kas noved pie vājinātas saiknes starp filantropijas organizāciju mecenātiem, stipendiātiem un absolventiem.



Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.32. att./ Fig. 3.32. **3. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – vājās puses/ The 3<sup>rd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – weaknesses**

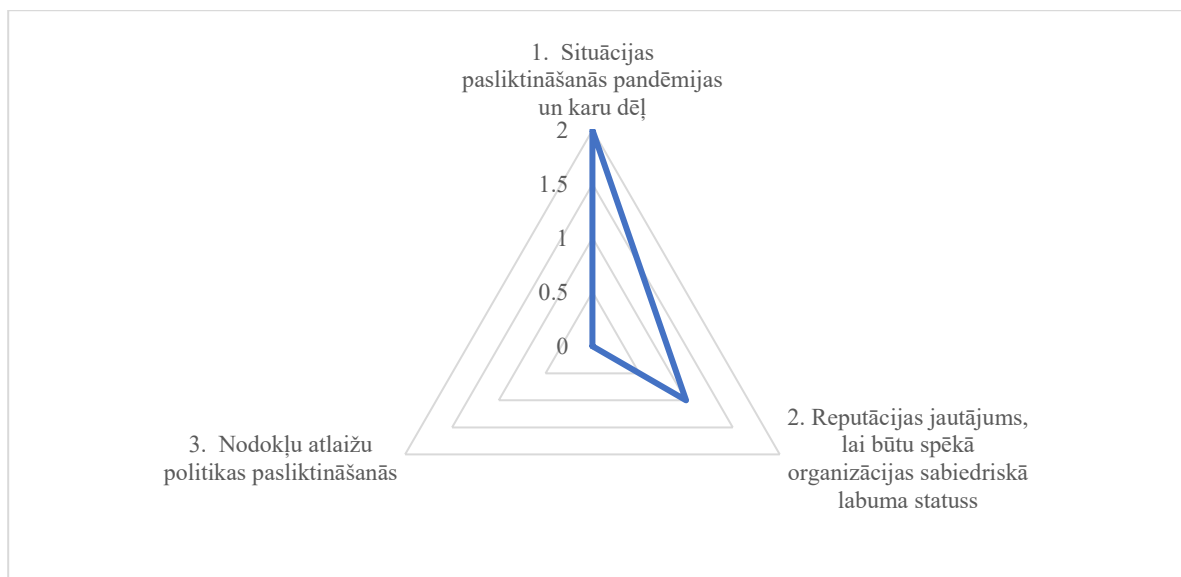
Būtiskākās trešā scenārija iespējas (skat. 3.33. attēlu) ziedojumu piesaistes tendenču izvērtējumā ir LR normatīvo aktu pilnveidošana, lai radītu labvēlīgāku vidi ziedotājiem, piemērojot nodokļu atlaides, kā arī investīcijas filantropijas organizāciju darbībā un attīstībā. Tas palīdzētu piesaistīt jaunus mecenātus un uzturēt saikni ar absolventiem.



Avots: autore pētījums un konstrukcija

3.33. att./ Fig. 3.33. **3. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – iespējas/ The 3<sup>rd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – opportunities**





*Avots: autore pētījums un konstrukcija*

**3.34. att./ Fig. 3.34. 3. scenārija izvērtējums. Ziedojumu piesaistes tendences – draudi/  
The 3<sup>rd</sup> scenario assessment. Fundraising trends – threats**

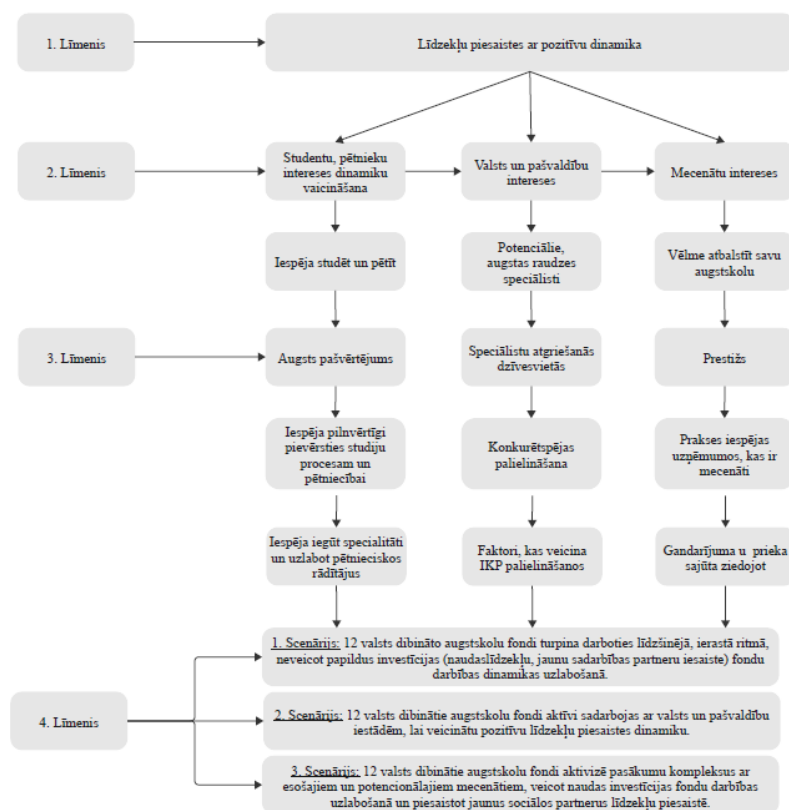
Nopietni draudi 3. scenārija ziedojumu piesaistes tendenču izvērtējumā, kas redzams 3.34. attēlā, ir situācijas pasliktināšanās pandēmijas un negatīvu ģeopolitisko izmaiņu (piemēram, karu) dēļ, kā arī pozitīvas reputācijas jautājums, kas varētu būt noteicošais arguments, lai būtu spēkā sabiedriskā labuma statuss.

Pozitīvu ziedojuma piesaistes tendenču attīstības scenāriju SVID un pāru metodes rezultāti tika piedāvāti ekspertiem, veicot šo scenāriju analīzi un novērtēšanu ar hierarhijas analīzes metodes palīdzību.

**3.5 Ziedojumu piesaistes scenāriju analīze un novērtēšana ziedojumu piesaistes tendenču uzlabošanai/ Analysis and evaluation of fundraising scenarios to improve donation trends**

Lai izvērtētu ziedojumu piesaistes scenārijus ar pozitīvu tendenci, autore izmantoja hierarhijas analīzes metodi (Analytic Hierarchy Process (AHP) (Saati, 2007), 2022. gada pavasarī pieaicinot septiņus ekspertus: Mārci Auziņu, Latvijas Universitātes profesoru; Ingu Bērziņu, AS Delfi galveno redaktoru; Gunti Bērziņu, bijušo LR Saeimas deputātu, mecenātu; Anitu Straujumu, RTU Attīstības fonda direktori; Daci Jansoni, LR IZM direktora vietnieci augstākās izglītības jomā; Ingu Elksni, Salaspils novada domes administrācijas izpilddirektora vietnieci izglītības jomā, Izglītības daļas vadītāju; Ievu Priedi, Latvijas Lauksaimniecības universitātes absolventi, Prof. Baibas Rivžas jubilejas stipendijas saņēmēju (**6. pielikums**. Aptaugas anketa ekspertiem un scenāriju izvērtēšanas instrukcija).

Vispirms eksperti definēja problēmu: ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku veicināšana, kā arī trīs kritēriju grupas: studentu, pētnieku intereses, valsts un pašvaldību intereses un mecenātu intereses.



Avots: autore konstruēja pēc ekspertu aptaujas; respondentu skaits – 7; pētījuma periods: 2022. gada pavasaris

3.35. att./ Fig. 3.35. Hierarhiju shēma ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku veicināšanai/ *Hierarchy scheme to promote fundraising with positive dynamics*

Katrai no šīm kritēriju grupām eksperti definēja konkrētus apakškritērijus:

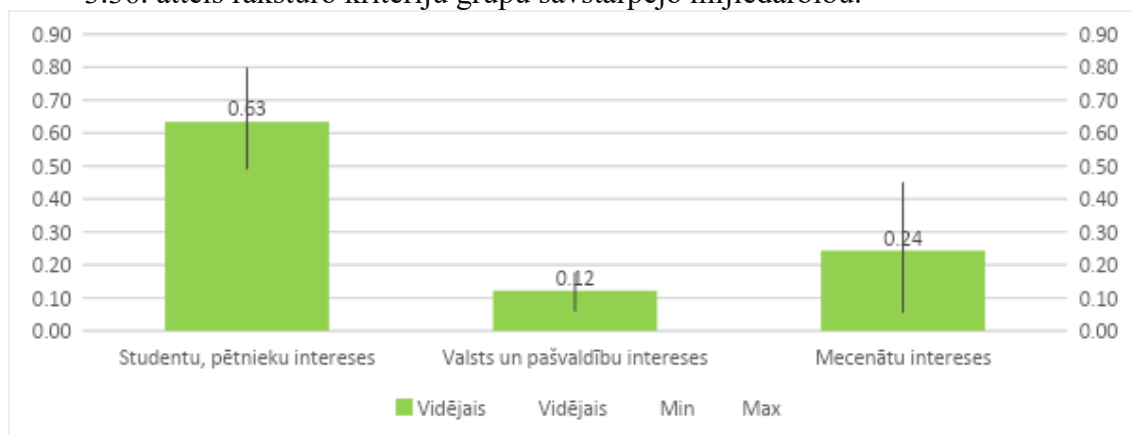
1) studentu, pētnieku intereses: iespēja studēt un pētīt; augstāks pašvērtējums; iespēja pilnvērtīgi pievērsties studiju procesam un pētniecībai; iespēja iegūt specialitāti un uzlabot pētnieciskos rādītājus.

2) Valsts un pašvaldību intereses: potenciālie, izcili, profesionāli speciālisti; speciālistu atgriešanās dzīvesvietās; konkurētspējas palielināšana; faktori, kas veicina IKP palielināšanos.

3) Mecenātu intereses: vēlme atbalstīt savu augstskolu; prestižs: prakses iespējas uzņēmumos, kas ir mecenāti; gandarījuma un prieka sajūta ziedojot.

Nākamajā solī eksperti vērtēja trīs iespējamus scenārijus ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku veicināšanai, izmantojot visus 12 kritērijus no visām kritēriju grupām.

3.36. attēls raksturo kritēriju grupu savstarpējo mijiedarbību.

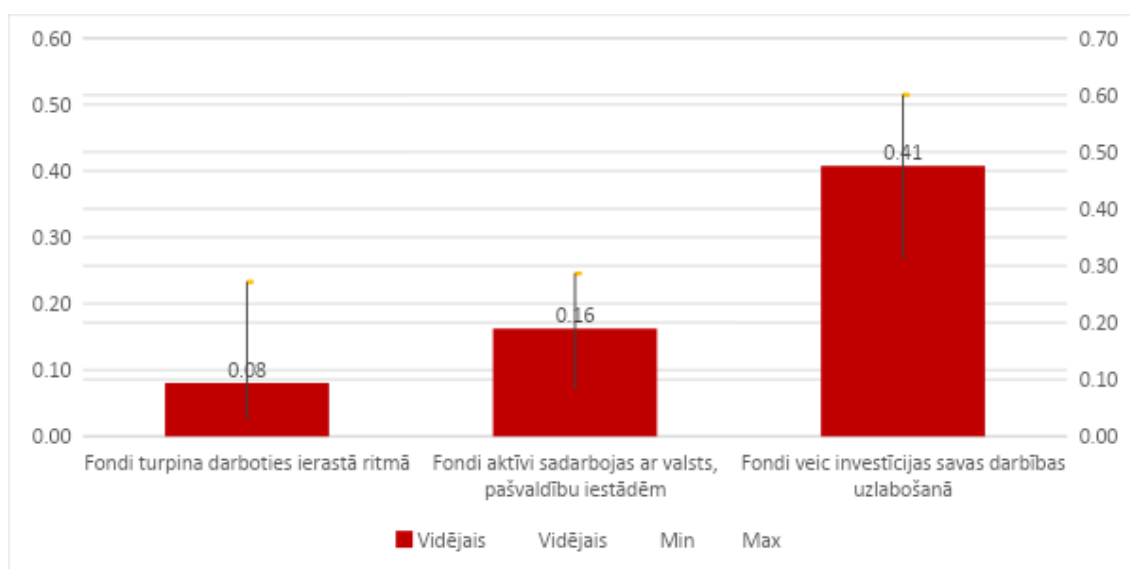


Avots: ekspertu aptauja, respondentu skaits – 7; pētījuma periods: 2022. gada pavasaris

3.36. att./ Fig. 3.36. **Ziedojumu piesaistes scenāriju izvērtēšanas kritēriju ekspertu vērtējums/ Expert assessment of the criteria for evaluating fundraising scenarios**

3.36. attēlā redzams, ka valsts dibināto augstskolu ziedojumu piesaistes pozitīvas tendences gadījumā lielākie ieguvēji būs studenti un pētnieki. Savukārt ziedotāji, kas, ziedojot iegūst vēl vienu identitāti – mecenāts, var lepoties ar to, ka spējuši ar saviem līdzekļiem veicināt sabiedrisko labumu, “sildīt” ekonomiku, tādējādi uzlabojot sabiedrības dzīves kvalitāti.

Eksperti izvērtēja studentu un pētnieku interešu pārstāvību visu triju scenāriju ieviešanas gadījumā.

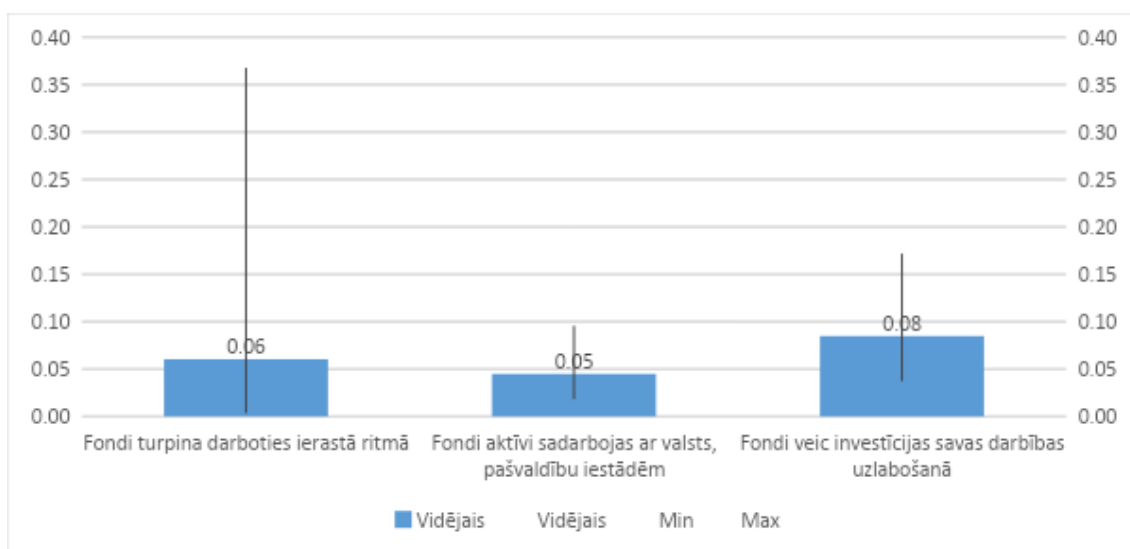


Avots: ekspertu aptauja, respondentu skaits – 7; pētījuma periods: 2022. gada pavasaris

3.37. att./ Fig. 3.37. **Ziedojumu piesaistes scenāriju vērtējums pēc kritērija “Studentu un pētnieku intereses”/ Assessment of analysis scenarios according to the criterion “Interests of students and researchers”**

Saskaņā ar 3.37. attēlā redzamo, studenti un pētnieki 3. scenārijā, veicot investīcijas darbības uzlabošanā, gūs vairāk iespēju studiju kvalitātes attīstībai. Trešais scenārijs garantē izcilu studiju vidi, kas ir viens no iemesliem, kāpēc absolventi kļūst par savas *alma mater* mecenātiem. Ja studenti saņem mecenātu stipendijas, viņi labprātāk atbalstīs savu augstskolu kā absolventi, un trešais scenārijs garantē šo iespēju. Arvien vairāk palielinās tendence ziedot universitāšu fondiem no to absolventu saimes, kas kļuvusi turīga un apzinās izglītības nozīmi. Pārsvārā tā ir personu grupa, sākot no 35 gadiem. Augstskolu fondiem ir dažādas ziedojumu piesaistes politikas tieši administratīvo ziedojumu kapitāla veidošanai. Piemēram, LU fonda gadījumā ar valdes lēmumu noteikts, ka administratīvo izdevumu segšanai piemēro 10% piemaksu pie ziedotās summas. Šis princips neattiecas uz ziedotājiem – privātpersonām, kā rezidentiem, tā nerezidentiem, un lielākajiem ziedotājiem – uzņēmumiem. Tā ir iespēja LU fondam veikt investīcijas savas darbības uzlabošanai.

Nākamo eksperti izvērtēja valsts un pašvaldību interešu pārstāvību visu triju scenāriju ieviešanas gadījumā.

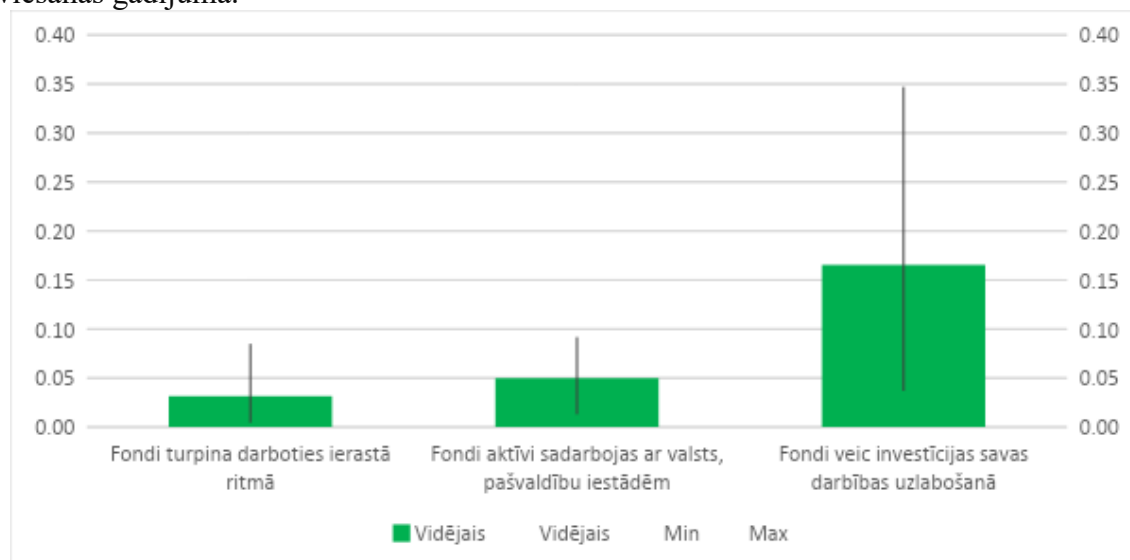


Avots: ekspertu aptauja, respondentu skaits – 7; pētījuma periods: 2022. gada pavasaris.

3.38. att./ Fig. 3.38. **Ziedojumu piesaistes scenāriju vērtējums pēc kritērija “Valsts un pašvaldību intereses”/ Assessment of scenarios for attracting donations according to the criterion “State and local government interests”**

Saskaņā ar 3.38. attēlu, nepastāv radikālas atšķirības starp scenārijiem, kas nodrošinātu efektīvāku stratēģiju, lai uzlabotu to, ka pašvaldības un valsts iestādes sadarbojas ar fondiem kā partneri. Ir svarīgi, lai valsts iestādes atbalstītu fondus, paredzot tiesību aktos noteikumus par nodokļu atlaidēm. Autore ir pārliecināta, ka valsts un pašvaldību iestāžu ieguvumi būtu ievērojami un arvien pieaugtu, ja tās veicinātu dažādu pateicības pasākumu organizēšanu mecenātiem, piemēram, piešķirot ikgadējos titulus tādos pasākumos kā pilsētas svētki. Tituli varētu būt visdažādākie: jaunais mecenāts, Lielākais mecenāts, Ikgadējais ziedotājs – mecenāts un tamlīdzīgi. Pastāv tendence atbalstīt novadā deklarētos jauniešus ar stipendijām, piemēram, Salaspils novada dome ik gadu ar stipendijām atbalsta savus novadniekus, kuri studē kādā no Latvijas augstskolām. Ik gadu par dotācijas piešķiršanu lemj Salaspils novada dome. Dotāciju administrē Latvijas Universitātes fonds un saņem no kopējās ziedotās summas 10%, kas tiek novirzīti LU fonda administratīvo izdevumu segšanai. Kāpēc dotēt savus novadniekus? Tā ir iespēja, ka jauniešis, kas izstudējis, būs motivētāks atgriezties savā novadā kā jaunais speciālists, līdz ar to – nodokļu maksātājs.

Kā beidzamo eksperti izvērtēja mecenātu interešu pārstāvību visu triju scenāriju ieviešanas gadījumā.

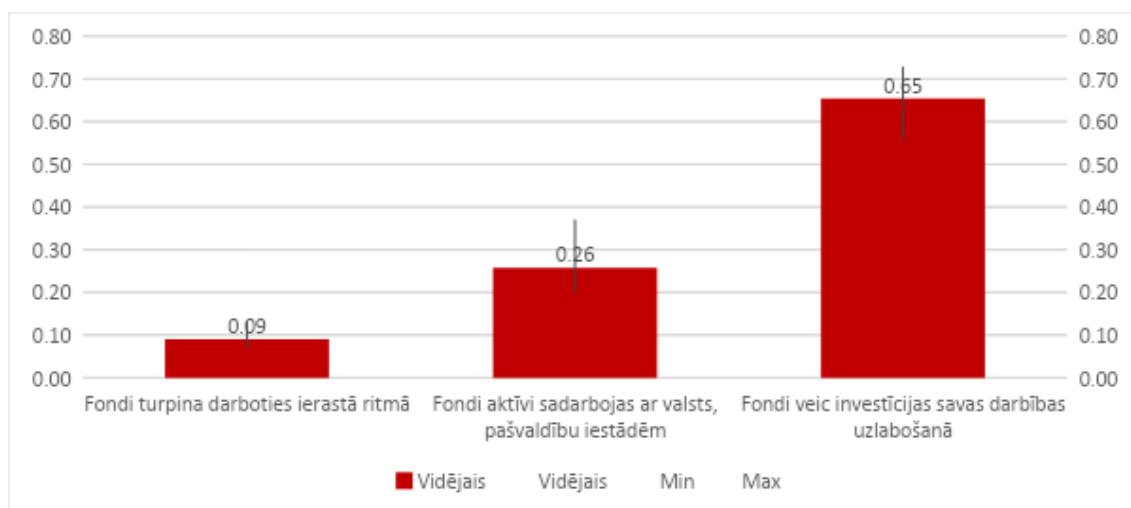


Avots: ekspertu aptauja, respondentu skaits – 7; pētījuma periods: 2022. gada pavasaris

**3.39. att./ Fig. 3.39. Līdzekļu piesaistes scenāriju vērtējums pēc kritērija “Mecenātu intereses”/ Assessment of fundraising according to the criterion “Interests of patrons”**

Saskaņā ar 3.39. attēlu, pēc ekspertu vērtējuma, pastāv liela atšķirība starp 1., 2., un 3. scenārijiem. Mecenātu apmierinātībai ar ziedojumu veikšanu vismotivējošākais ir 3. scenārijs. Tas nodrošinātu stabilāku situāciju fondiem, jo darbs pie šī scenārija nozīmē, ka fonds spēs saglabāt sabiedriskā labuma statusu. Sabiedriskā labuma statuss uzņēmumiem ir svarīgs nodokļu atlaižu dēļ. Sabiedriskā labuma statuss paredz nodokļu atlaides kā privātpersonām, tā uzņēmumiem, kas Latvijas Republikas gadījumā ir rezidenti.

Nākamais attēls parāda ekspertu vērtējumu kopsavilkumu trim apskatītajiem attīstības scenārijiem.



Avots: ekspertu aptauja, respondentu skaits – 7; pētījuma periods: 2022. gada pavasaris

**3.40. att./ Fig. 3.40. Ziedojumu piesaistes scenāriju vērtējums pēc visiem kritērijiem – kopsavilkums/ Evaluation of fundraising scenarios according to all criteria – summary**

Saskaņā ar 3.40. attēlu, eksperti izvēlējās 3. scenāriju kā prioritāti ziedojumu vākšanas scenārijiem ar pozitīvu tendenci.

### 3. nodaļas kopsavilkums/ Summary of Chapter 3

Uzņēmēji vairāk ziedo naudā, salīdzinājumā ar ziedojumiem graudā, vai kā brīvprātīgajiem ziedojot savu laiku un *pro bono* – profesionāļu konsultācijas bez maksas; uzņēmēji ar ziedojumiem biežāk atbalsta šādus ziedojumu mērķus: labdarība, trūcīgo un sociāli maz aizsargāto grupu sociālās labklājības celšana, izglītības veicināšana un atbalsts sportam; mecenātiem ir svarīgi, lai filantropijas organizācija nodrošinātu savas darbības caurspīdīgumu, lai būtu patīkami ar to komunicēt, lai organizācijai būtu nevainojama reputācija, profesionāli darbinieki, nebūtu pārspīlēti administratīvie izdevumi un tā informētu mecenātu par ziedojuma izlietojumu vismaz reizi gadā.

Motivācija ziedot izraisa gandarījumu un prieku, kā arī rosina sacensības garu – ziedot, ņemot piemēru no citiem mecenātiem; veiksmīgākie uzņēmumi veic ziedojumus robežās no 15 000 eiro līdz 50 000 eiro.

Analīze liecina: pieņēmums, ka sievietes ziedo biežāk nekā vīrieši, neapstiprinās. Respondentu vairākums 83% apmērā uzsver, ka sadarbība ar filantropijas organizācijām atbilst gaidītajam. Filantropijas organizācijām būtu jāiegulda vairāk darba atgriezeniskās saiknes veidošanā ar mecenātiem, informācijas sniegšanā par ziedojuma izlietojumu un jāspēj sniegt vairāk informācijas par filantropijas organizācijas sasniegumiem. Neviennozīmīgas ir atbildes uz jautājumu, vai mecenāti vēlas, lai ar viņu devumu filantropijas organizācijas lepotos publiskajā telpā, – atbildes uz šo jautājumu dalījās uz pusēm. 70 % mecenātu organizācijām, kuras ziedo filantropijas organizācijām, nav savas ziedojumu piešķiršanas stratēģijas. Tas norāda uz mirkļa sajūtu dominanci lēmuma pieņemšanā par labu ziedojumam. 70% respondentu ziedo katru gadu. Lielākā daļa – 83% respondentu piekrita, ka ziedošana uzlabo uzņēmuma tēlu, tā reputāciju. Nodokļu atlaides nav noteicošais, lai pieņemtu lēmumu ziedot. Kopumā šī ekskluzīvās grupas aptauja apliecina pozitīvu dinamiku ziedojumu veikšanā.

Autore konstatēja – ja palielināsies fizisko personu ziedojumu apjoms, tas neietekmēs juridisko personu ziedojumu apjomu (skat. **7. pielikumu**).

Valsts dibināto augstskolu filantropijas organizāciju gadījumā juridiskās personas – uzņēmumi ir aktīvāki ziedotāji salīdzinājumā ar privātpersonām. Privātpersonu ziedojumi veido 20% no kopējā apjoma, savukārt juridisko personu ziedojumi ir 80% no kopējās ziedojumu summas laika posmā no 2011. gada līdz 2020. gadam. Tas liecina par to, ka filantropijas organizācijām aktīvāk jādarbojas, lai piesaistītu ziedojumus no privātpersonām. Pirmkārt, nepieciešams mērķtiecīgāks darbs ar absolventiem. Valsts dibinātajām filantropijas organizācijām ziedojumu piesaistes stratēģijās ir jākoncentrējas uz šādiem aspektiem: jā rūpējas, lai nebūtu pārspīlēti administratīvie izdevumi un mecenāts tiktu informēts par ziedojuma izlietojumu, filantropijas organizācija nodrošinātu savas darbības caurspīdīgumu, būtu patīkami ar to komunicēt, tai būtu nevainojama reputācija, profesionāli darbinieki. Filantropijas organizācijas ziedojumu piesaistes kampaņās var rēķināties ar ziedojumiem robežās no 15 000 eiro līdz 50 000 eiro. Nepieciešams sniegt vairāk informācijas par filantropijas organizācijas sasniegumiem. Tā kā vairumam mecenātu organizāciju nav ziedojumu piešķiršanas stratēģijas, filantropijas organizācijām jāveic pētījumi par potenciālā mecenāta interesēm un jāpiedāvā atbalstam tās idejas, kas ir tuvas potenciālajam mecenātam.

Lursoft datu bāzes dati ne vienmēr sakrīt ar pašu valsts dibināto augstskolu iesniegto atskaišu datiem, ko tās iesniedz katru gadu līdz 31. martam Sabiedriskā labuma statusa komisijai. Nepieciešams šos datus sinhronizēt, lai vismaz finanšu rādītāji atbilstu iesniegtajiem datiem, kas norādīti filantropijas organizāciju bilancēs.

Valsts dibināto augstskolu fondu iesniegtās saturiskās atskaites nav iespējams līdzvērtīgi salīdzināt, jo pastāv atšķirīga izpratne, piemēram, par sabiedriskā labuma guvēju skaitu. Ja vieni to uztver kā tiešo projektu vai studentu atbalsta skaitu, tad citi to mēra multiplicēti, piemēram, mēģinot aplēst, ko katrs atsevišķais projekts maina konkrēta cilvēku skaita labklājībā.

Sabiedriskā labuma statusa komisijai iesniedzamais Iepriekšējā gada darbības pārskats un turpmākās darbības plāns viennozīmīgi ir jāuzlabo, lai valsts dibināto augstskolu fondiem būtu vienota izpratne par kritērijiem, kas jāievēro, lai šo pārskatu un darbības plānu pilnvērtīgi

aizpildītu. Finanšu dati būtu jāņem no attiecīgās sadaļas bilancē. Saturiskajā daļā būtu jānorāda, ka jāmin konkrēti par ziedojumiem atbalstītie pasākumi, jānorāda šo pasākumu dalībnieku skaits, izdoto grāmatu tirāžas, konferenču dalībnieku skaits.

No Lursoft datu bāzēm diemžēl nav iespējams iegūt datus, lai analizētu, cik lielu atbalstu valsts dibināto augstskolu fondi saņem ziedojumos graudā, *pro bono* un brīvprātīgā darba veidā. Šādu datu ievākšana būtu jāievieš, lai filantropijas organizācijas varētu veiksmīgāk analizēt ziedojumu piesaistes kampaņas un plānot nākamās.

Netiek uzskaitīti un atsevišķi norādīti absolventi kā ziedotāji vai viņu īpašumā esošo uzņēmumi kā ziedotāji, vai arī gadījumi, kad ziedo absolventu vadītie uzņēmumi. Nav iespējams norādīt un identificēt tās personas, kas ziedo tādēļ, ka tās ir esošie vai bijušie universitātes darbinieki. Pašlaik bilancē norādītas tikai četras pozīcijas: ziedotāji kā privātpersonas, ziedotāji kā rezidenti, ziedotāji kā uzņēmumi – rezidenti un ziedotāji kā ārvalstu uzņēmumi. Būtu jāievieš detalizētāks pārskats, lai filantropijas organizācijas varētu veiksmīgāk analizēt ziedojumu piesaistes kampaņas un plānot nākamās.

Absolventu vēlme atbalstīt savu universitāti, prestižs, prakses iespējas uzņēmumos, kas ir mecenāti, gandarījuma sajūta un prieks, ko sniedz ziedošana, ir svarīga motivācija ziedot.

Autores analizēto septiņu valsts dibināto augstskolu filantropijas organizāciju ieņēmumi, izdevumi un studentu skaits no 2015. līdz 2022. gadam norāda, LU fondam un RTU Attīstības fondam vērojama vislielākā tendence kā pie ieņēmumiem, tā pie izdevumiem un pa visiem gadiem kopā studējošo skaits, kas nozīmē, ka šīs abas filantropijas organizācijas ir ar vislabākajiem rādītājiem no septiņām filantropijas organizācijām.

Būtiska loma ir absolventu ziedojumiem un SIA “Mikrotīkls” ziedojumiem kā LU fondam, tā RTU Attīstības fondam. Salīdzinot ar pārējām, skaita ziņā nelielākajām filantropijas organizācijām, Rīgas Juridiskās augstskolas fonds ir ar labāko rādītāju, jo aktīvi strādā ar saviem absolventiem. LU fondam un RTU Attīstības fondam ir algoti darbinieki, kas nodrošina šo filantropijas organizāciju ikdienas darbu un ziedojumu kampaņu organizēšanu.

Ieņēmumi un izdevumi uz vienu studējošo skaitu pa gadiem visām septiņām filantropijas organizācijām un augstskolām pa gadiem kopā ir stabila, izņemot 2016. gadu, sakarā ar lielāku ziedojumu saņemšanu. Tas norāda uz filantropijas organizāciju sekmīgu darbību ziedojumu piesaistē, organizējot dažādas ziedojumu vākšanas kampaņas, kas piesaista kā esošo ziedotāju aktivitāti ziedojot, tā arī ir izdevība piesaistīt arvien jaunus ziedotājus.

Autore secina un uzsver, ka ir ļoti svarīgi uzlabot ziedojumu vākšanas stratēģiju ziedojumu vākšanas scenārijiem ar pozitīvu tendenci. Filantropijas praktiķiem šajā procesā piemīt nozīmīga loma. Jāpastāv ciešai sadarbībai starp filantropijas organizācijām un augstskolām. Šī sadarbība vainagojas panākumiem, ja filantropijas organizācijas un augstskolas darbojas sinerģiski un ziedošanas kampaņas organizē pēc savstarpēji saskaņotām stratēģijām un plāniem.

**Autore izstrādājusi trīs iespējamus scenārijus valsts augstskolu dibināto fondu ziedojumu piesaistes palielināšanai ar pozitīvu dinamiku nākotnes izaicinājumiem. Pēc ekspertu izvērtējuma par piemērotāko ir atzīts 3. scenārijs – fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā.**

Nodokļu samazināšana ir motivējošs faktors ziedošanas procesā. Filantropijas organizācijām vairāk jāiesaistās lēmumu pieņemšanas procesā, kad valsts institūcijas pieņem lēmumus par nodokļu atlaižu piemērošanas principiem.

Lai filantropijas organizācijas attīstītos un panāktu sekmīgākas ziedojumu piesaistes tendences, filantropijas organizāciju attīstībā jāinvestē, kā to paredz trešais scenārijs. Investīcijas palielinās pozitīvu dinamiku ziedošanas tendencēm, kā arī būtu jāveido aktīvāka sadarbība ar likumdevēju, lai varētu piemērot labvēlīgāku nodokļu atlaižu politiku filantropijas organizācijām, kas administrē ziedojumus izglītības kvalitātes nodrošināšanā.

## GALVENIE SECINĀJUMI/ MAIN CONCLUSIONS

1. Promocijas darbā izvirzītā **hipotēze – filantropijas organizāciju attīstības iespējas, filantropijas praktiķu profesionalitāte un nodokļu atlaides ir faktori, kas pozitīvi ietekmē ziedojumu piesaistes tendences valsts dibinātajās augstskolās, ir apstiprināta.**
2. Promocijas darbā izvirzītie **1., 2. un 3. uzdevumi ir izpildīti un mērķis sasniegts.**
3. Filantropijas tradīcijas ir senas un tās process ir galvenais, noteicošais faktors līdzekļu piesaistē. Tradicionāli filantropija nozīmē **nesavtīgu atbalstu**, kaut arī uzņēmumu vidē pastāv izņēmumi, kad atbalstītāji vēlas, lai filantropijas organizācijas tos reklamē apmaiņā pret ziedojumu. Pasaules filantropijas praksē pastāv pieredze, ka **turīgi mecenāti dibinājuši universitātes vai atbalstījuši augstskolu attīstības projektus**, un augstskolas vai to telpas nosauktas atbalstītāju vārdā. Jāatzīmē, ka šāda tendence ir visraksturīgākā ASV.
4. Ziedotājiem **ir iespēja saņemt nodokļu atlaides.** Privātpersonas un uzņēmumi, ziedojot filantropijas organizācijām, var saņemt nodokļu atlaides tikai tajos gadījumos, ja filantropijas organizācijai piešķirts sabiedriskā labuma statuss. Latvijā ir iespējams pieteikt sabiedriskā labuma statusa organizāciju 13 dažādiem mērķiem, kuri norādīti LR Finanšu ministrijas normatīvajos dokumentos.
5. **Uzņēmēji** Latvijā visbiežāk ziedo naudā un atbalsta kā maznodrošināto grupu labklājības celšanu, tā arī izglītību un sportu. **Vidējais ziedojumu apjoms ir līdz 5000 eiro gadā.**
6. **Atskaišu dati**, ko filantropijas organizācijas iesniedz LR Valsts ieņēmumu dienestam un LR Finanšu ministrijas Sabiedriskā labuma statusa komisijai, **atšķiras.**
7. **Aptaujas dati** liecina, ka **ne vienmēr nodokļu atlaidēm ir noteicošā loma** ziedojumu veikšanai. Drīzāk nodokļu atlaides uzskatāmas par papildus stimulu, lai ziedotāji turpinātu ziedot.
8. Pastāv **radikālas atšķirības starp privāto personu un uzņēmumu ziedojumu apjomiem.** Privātpersonu ziedojumi veido **20%** no kopējā ziedojumu apjoma, savukārt juridisko personu ziedojumi sastāda **80%** no kopējās ziedojumu summas. Filantropijas organizācijām aktīvāk jādarbojas, lai piesaistītu **ziedojumus no privātpersonām.**
9. Sekmīgas līdzekļu piesaistes pamatā ir **profesionāls filantropijas praktiķu ikdienas darbs.** Augstskolu kontekstā šo ikdienas darbu stiprina kvalitatīvs attiecīgās augstskolas studiju programmu piedāvājums. Lai piesaistītu ziedotāju atbalstu, jāspēj demonstrēt atbalstāmās organizācijas esošā darba kvalitāte. Turklāt, investējot studentos un studiju kvalitātes uzlabošanā, **mecenātiem jāuzrāda viņu piešķirtā ziedojuma ietekme un rezultāts.**
10. Līdz ar to, ka valsts un pašvaldību finansējums ir nepietiekams, filantropijas organizācijas meklē sabiedrības atbalstu. **Iespēju robežās daļa no ziedojumiem tiek novirzīta uzkrājumiem, piemēram, neaizskaramajam pamatkapitālam.** Tas nozīmē, ka tikai ienākumi no šī neaizskaramā pamatkapitāla investīciju augļiem tiek izlietoti atbalstam studentiem, pētniekiem un infrastruktūras projektiem.
11. Svarīga loma universitāšu attīstībā ir **sekmīgām līdzekļu piesaistes kampaņām**, kas balstās universitāšu, filantropijas organizāciju un sabiedrības – potenciālo ziedotāju – sekmīgu sadarbībā, kuras neatņemama daļa ir komunikācija.
12. Pasaules filantropijas organizāciju un universitāšu pieredze norāda, ka **sadarbība ar absolventiem ir ļoti svarīga.** Absolventi ir ne tikai finanšu līdzekļu ziedotāji, bet arī iesaistās kā konsultanti, ziedojot savu laiku brīvprātīgi.
13. Būtiska loma ir filantropijas organizāciju **sekmīgai sadarbībai ar universitāšu vadību, administrāciju un docētājiem.** Lai esošie mecenāti turpinātu ziedot un rastos arī jauni mecenāti, tad līdzekļu piesaistes stratēģijās jāakcentē saites ar savu universitāti, ziedojot iegūto prestiža sajūtu, kā arī jārosina vēlme atbalstīt kādu konkrētu projektu, īpaši emocionālā kontekstā vai atmiņu vadītiem, mērķtiecīgi veicināt ziedošanas rezultātā



radušos gandarījumu un prieku. Uzņēmumiem ir svarīgi dot iespējas studentiem piedāvāt savos uzņēmumos prakses vietas.

14. Lai filantropijas organizācijas attīstītos un panāktu sekmīgākas ziedojumu piesaistes tendences, filantropijas organizāciju **attīstībā ir jāinvestē**. Pētījuma rezultāti norāda, ka filantropijas organizācijas, kurās ir algoti filantropijas praktiķi, ir ar krietni labākiem rezultātiem ziedojumu piesaistē ar pozitīvu dinamiku.
15. **Autore izstrādājusi trīs iespējamus scenārijus valsts augstskolu dibināto fondu ziedojumu piesaistes palielināšanai.** Pēc pētījumā pieaicināto ekspertu izvērtējuma par piemērotāko ir atzīts **3. scenārijs – fondi (filantropijas organizācijas) veic investīcijas savas darbības uzlabošanā.**

## PROBLĒMAS UN TO RISINĀJUMI/ CHALLENGES AND SOLUTIONS

### Pirmā problēma

Latvijas valsts dibināto augstskolu filantropijas organizācijas iesniedz dažādus pārskatus par paveikto un nākotnes plāniem: bilance, ko iesniedz Valsts ieņēmumu dienestā un pārskats, ko iesniedz Sabiedriskā labuma statusa komisijai. Diemžēl informācija šajās informācijas vietnēs atšķiras un nav pietiekama, lai filantropijas organizācijas un personas, kas vēlas iepazīties ar šo organizāciju darbību, gūtu pilnvērtīgu priekšstatu un varētu veikt nepieciešamo pētniecības darbu.

### Risinājumi

1) LR Finanšu ministrijai jāpapildina “Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums” attiecībā uz filantropijas organizācijām ar papildus informāciju, kas tām būtu jāaizpilda:

1. ziedotājs, privātpersona (vārds, uzvārds, ziedotā summa un mērķis);
2. ziedotājs, uzņēmuma vadītājs (nosaukums, ziedotā summa un mērķis);
3. atsevišķi jānorāda ziedojuma veids un apjoms pie katra ziedotāja un kopā: naudā, graudā, brīvprātīgā darba vai *pro bono* profesionālu konsultāciju veidā;
4. atsevišķi jānorāda sabiedrisko attiecību un mārketinga izmaksas;
5. jāizveido atsevišķa sadaļa – “neizskaramais pamatkapitāls”, iespējams, kā viens no rezerves fondiem;
6. jāpapildina ar atsevišķu sadaļu: esošo darbinieku skaits un kopīgās izmaksas, plānoto darbinieku skaits un plānotās izmaksas, lai filantropijas organizācijas varētu plānot savus nākotnes budžetus, kad būs paredzētas ziedojumu piesaistes kampaņas.

Šādi papildinājumi dotu iespēju filantropijas organizācijām veikt pētījumus, analizējot ziedotāju īpašības un struktūru, apskatot ziedotāju grupas un devumu. Pamatojoties pētījumu rezultātos, filantropijas organizācijas varētu izstrādāt sekmīgākas ziedojumu piesaistes stratēģijas, tajās iekļaujot daudzveidīgus sadarbības piedāvājumus. Turklāt filantropijas organizācijas varētu izvērtēt investīciju jēgu ziedojumu piesaistes tendenču palielināšanai, ja tām būtu iespēja izvērtēt sabiedrisko attiecību un mārketinga izmaksu dinamiku. Pašlaik šādi dati nav pieejami.

2) LR Finanšu ministrijai Ministru kabineta noteikumi Nr. 407 “Noteikumi par biedrības, nodibinājuma, reliģiskās organizācijas vai tās iestādes iepriekšējā gada darbības pārskata un turpmākās darbības plāna veidlapas paraugu” jāpapildina ar vairākiem punktiem un lietošanas principiem:

1. jāizveido iespēja aizpildīt veidlapu tiešsaistē.
2. finanšu dati automātiski jāņem no attiecīgās sadaļas bilancē, kas iesniegti Valsts ieņēmumu dienestā.
3. jāpapildina sadaļa par sabiedriskā labuma guvēju skaitu ar paskaidrojumu: “sabiedriskā labuma guvēji ir mecenātu stipendiju ieguvēji, mecenātu atbalstīto projektu pētnieku grupas un mērķauditorijas, kuras tieši vai netieši ietekmē pētījumu rezultāti, kā arī mecenātu atbalstīto infrastruktūras projektu lietotāji”.
4. saturiskajā daļā būtu jānorāda: “jāmin konkrēti par ziedojumiem atbalstītie pasākumi, kā arī kvantitatīvie rādītāji: pasākumu dalībnieku skaits, izdoto grāmatu tirāžas, konferenču dalībnieku skaits”.

Sinhronizētās datu vietnes dotu iespēju pilnvērtīgāk plānot ziedojumu vākšanas kampaņas, jau iepriekš provizoriski orientējoties uz konkrētām ziedotāju grupām, lūdzot katrai konkrētai grupai pieņemamu ziedojuma apmēru un piedāvājot atbilstošāko ziedojuma mērķi. Šādu uzlabojumu rezultātā filantropijas organizācijas varētu veiksmīgāk analizēt ziedojumu piesaistes kampaņas un plānot nākamās.

3) Universitāšu/ augstskolu informācijas sistēmās jāpapildina studentu un absolventu profili ar šādu informāciju: gads, kad saņēmis stipendiju; stipendijas apjoms; stipendijas nosaukums; gads, kad veicis ziedojumu; ziedojuma apjoms un ziedojuma mērķis.

Šāds papildinājums nodrošinātu iespēju identificēt absolventa – ziedotāja iespējamā nākotnes atbalsta apmēru pēc augstskolas absolvēšanas. Tādējādi būtu iespējams konkretizēt augstskolu filantropijas organizāciju prognozes saistībā ar līdzekļu piesaisti no absolventiem un precīzāk skaitliski formulēt sasniedzamos mērķus ziedojumu piesaistes darbā ar absolventiem.

Būtu nepieciešams sinhronizēt visas augstākminētās datu bāzes, kas uzrāda ziedotāju datus, lai valsts dibināto augstskolu fondi varētu pilnvērtīgāk plānot ziedojumu vākšanas kampaņas, jau iepriekš provizoriski orientēties uz konkrētām ziedotāju grupām, spējot iepriekš precīzāk noteikt tieši katrai konkrētai ziedotāju grupai pieņemamu ziedojuma apmēru.

### **Otrā problēma**

Katra no filantropijas organizācijām izvēlas savu stratēģiju, izsakot atzinību mecenātiem un paužot novērtējumu par mecenātu devumu. Pat tad, ja mecenātu devumam ir nozīmīga loma valsts vai pašvaldības attīstībā, valsts un pašvaldību iestādes ne vienmēr uzņemas iniciatīvu mecenātu godināšanā, pateicoties par veiktajiem ziedojumiem. Lai gan tiek piešķirtas nodokļu atlaides privātpersonām un uzņēmumiem, kas ziedo filantropijas organizācijām, kurām piešķirts sabiedriskā labuma statuss, tomēr privātpersonu ziedotāju īpatsvars joprojām ir kritiski zems.

### **Risinājumi**

1. Augstskolu filantropijas organizācijām būtu jāorganizē pasākumi, kuru laikā augstskolas vadība pateicas atbalstītājiem par ziedojumiem.
2. Filantropijas organizācijām vismaz reizi gadā jāatskaitās mecenātiem par ziedojuma izlietojumu.
3. Pašvaldībām pieejamo budžetu ietvaros būtu ieteicams organizēt savas pašvaldības mecenātiem pasākumus, kuru gaitā pašvaldības vadība izsaka pateicību par ieguldījumu sabiedrības izaugsmē. Ieteicams piešķirt arī nominācijas, piemēram, gada lielākais mecenāts, gada mecenāts – jaunpienācējs.
4. Sadarbojoties filantropijas organizācijām ar valsts pārvaldes organizācijām, būtu jāpārskata iespēja palielināt nodokļu atlaides ziedotājiem, kuri ziedo tām filantropijas organizācijām ar sabiedriskā labuma statusu, kas saņemtos ziedojumus izlieto izglītības, pētniecības vides un infrastruktūras vides uzlabošanai. Šīs nodokļu atlaides būtu jāpiešķir kā privātpersonām, tā uzņēmumiem. Ievērojamākas nodokļu atlaides būtu jāpiedāvā privātpersonām, lai palielinātu ziedojumu piesaistes dinamiku no privātpersonām.
5. Filantropijas organizācijām, izstrādājot ziedojumu piesaistes stratēģijas, jāparedz īpaši pasākumi ziedojumu piesaistei no privātpersonām, kā arī jāizvirza konkrēti šajā ziņā sasniedzami mērķi. Šāds ierosinājums izvirzīts, balstoties promocijas darbā veiktajā aprēķinā, ka no privātpersonām saņemti tikai 20% no kopējās ziedojumu summas 14 790 543 eiro apmērā no 2011. gada līdz 2020. gadam.

Šo aktivitāšu organizēšana nodrošinātu mecenātu atpazīstamību un ļautu uztvert ziedošanu kā prestižu un svarīgu darbību, it sevišķi, ja mecenāts ziedo izglītībai. Investīcijas universitāšu attīstībā ir investīcijas nākotnē, savukārt īpašas nodokļu atlaides šīm investīcijām vairotu mecenātu skaitu un ziedojumu apjomus.

## Trešā problēma

Filantropijas organizāciju sadarbība ar savas augstskolas vadību ne vienmēr ir sinhronizēti vērsta uz kopīgu mērķi. Investīcijas filantropijas attīstībā ne vienmēr tiek atbalstītas un bieži augstskolas vadība nesaprot šādu investīciju nepieciešamību.

### Risinājumi

1. Valsts dibināto augstskolu vadībai kopā ar filantropijas organizāciju vadības pārstāvjiem būtu jāorganizē regulāras tikšanās ar esošajiem mecenātiem, iespējams, īpašu uzmanību pievēršot tiem, kuriem ir apaļas jubilejas vai kuri piešķirušī lielākus ziedojumus, vai arī ziedojuši pirmoreiz. Šādu pasākumu mērķis būtu paust pateicību un sekmēt filantropijas organizāciju caurspīdīgumu, iepazīstinot mecenātus klātienē ar iecerēm un paveikto.
2. Valsts dibināto augstskolu vadībai kopā ar filantropijas organizāciju vadības pārstāvjiem būtu jāorganizē regulāras tikšanās ar potenciālajiem mecenātiem, lai iepazīstinātu tos ar veiksmes stāstiem un potenciāli atbalstāmajiem projektiem.
3. Filantropijas organizāciju vadībai būtu jāizvērtē iespēja, ka no mecenātu ziedojumiem tiktu ieturēti 5-10% administratīvajiem izdevumiem, to saskaņojot ar mecenātiem. Dati par filantropijas organizāciju saņemto ziedojumu novirzīšanu administratīvajiem izdevumiem nav pieejami, jo ziedojumu līgumos ir noteikts konfidencialitātes ievērošanas noteikums.
4. Filantropijas organizācijām kopā ar valsts dibināto augstskolu vadību būtu jāpārrunā iespēja piešķirt investīcijas filantropijas organizāciju administratīvajiem izdevumiem par piesaistītajiem ziedojumiem, no kuriem augstskolas saņem tehnikas/iekārtas vienības bezatlīdzības lietošanā.
5. Filantropijas organizācijām kopā ar valsts dibināto augstskolu vadību vismaz reizi gadā jāveic SVID analīze par iepriekšējo periodu, lai gūtu atgriezenisko saikni par paveikto, kā arī varētu pilnvērtīgāk un mērķtiecīgāk plānot nākamās ziedojumu piesaistes kampaņas.

Šīs aktivitātes nodrošinātu atgriezeniskās saiknes veidošanu starp valsts dibinātām augstskolām, filantropijas organizācijām, esošajiem un topošajiem mecenātiem. Tas būs neatsverams ieguldījums ziedojumu piesaistes dinamikas palielināšanai.

## Ceturrtā problēma

Valsts dibināto augstskolu filantropijas organizācijām ir nepietiekami finanšu resursi, lai varētu sekmīgi piesaistīt ziedojumus un organizēt ziedojumu kampaņas kopā ar sadarbības partneriem. Finansējuma trūkums kavē veikt sekmīgas ziedojumu kampaņas, jo nav nepieciešamo administratīvo un cilvēkresursu piesaiste, kā to pierāda autores pētījuma 3. scenārijs. Klasiskais ziedojumu piesaistes princips “par katru investēto eiro ziedojumos jāsaņem divi eiro” netiek izprasts.

### Risinājumi

1. Valsts dibināto augstskolu vadībai un filantropijas organizāciju vadībai būtu ieteicams vienoties par investīcijām filantropijas organizāciju administratīvās spējas uzlabošanā.
2. Valsts dibinātajai augstskolai būtu jānodrošina pēc iespējas lielāks atbalsts cilvēkresursiem filantropijas jomā, lai varētu pilnvērtīgāk organizēt ziedojumu vākšanas kampaņas, piemēram, Komunikācijas departamenta vai kādas citas atbildīgās struktūrvienības darbinieki.
3. Valsts dibinātajām augstskolām un filantropijas organizācijām jāsadarbjas ar absolventiem, veidojot kopīgus pasākumus un organizējot kopīgas ziedojumu kampaņas.

Šie risinājumi nodrošinātu nepieciešamos līdzekļus ziedojumu kampaņu īstenošanai, kā arī papildus cilvēkresursus ar nepieciešamo kvalifikāciju, kuri nepieciešami tieši kampaņu laikā, nevis kā pastāvīgi filantropijas organizāciju darbinieki. Rezultātā filantropijas organizāciju kapacitāte pieaugtu un ilgtermiņā to būtu iespējams izmērīt, izvērtējot ziedojumos piesaistīto līdzekļu pieaugumu. Tādējādi būtu iespējams panākt, lai valsts dibināto augstskolu filantropijas organizāciju ziedojumu piesaistes tendences būtu ar pozitīvu dinamiku. Visi augstākminētie risinājumi būtu jāpiemēro saskaņā ar katras augstskolas un filantropijas organizācijas stratēģijām, kas paredz noteiktus mērķus, uzdevumus un izmērāmus rezultātus, pēc kuriem tad būtu iespējams izvērtēt ziedojumu piesaistes tendences ar pozitīvu dinamiku rezultātus.

## IZMANTOTĀ LITERATŪRA/ BIBLIOGRAPHY

1. Adams-Chau, L. (1988). *The Professionals' Guide to Fund Raising, Corporate Giving, and Philanthropy*. Westport CT: Greenwood Press.
2. Ahmed, S., Olberding, J. (2007). Can Student Philanthropy Help to Address the Current Nonprofit Identity Crisis? A Case Study of a Multiyear, Multidisciplinary Project at Northern Kentucky University. *Journal of Public Affairs Education*, 13(3/4), pp. 593-615.
3. Akin, S. (2005). Institutional Advancement and Community Colleges: A review of the literature. *International Journal of Educational Advancement*, 6(1), pp. 65-75.
4. Alnawas, I., Phillips, C. (2015). Alumni orientation: Development of the construct. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 27(2), pp. 183-215.
5. Alstete, J. W. (2014). Revenue generation strategies: An introduction to revenue origins and changes. *ASHE Higher Education Report*, 41(1), pp. 1-138.
6. American Friends of the British Museum. Background [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.afbm.org/background.htm>
7. Andreoni, J. (2013). Charitable giving. *Handbook of Public Economics*, 5, pp. 1-5.
8. Apinunmahakul, A., Devlin, R. (2004). Charitable Giving and Charitable Gambling: An Empirical Investigation. *National Tax Journal*, 57(1), pp. 67-88.
9. Appelbaum, L. D. (2002). Who Deserves Help? Students' Opinions About the Deservingness of Different Groups Living in Germany to Receive Aid. *Social Justice Research*, 15, pp. 201-225.
10. Asere, A. (2022). *Globālais inovāciju indekss: Šī brīža situācija* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://labsoflatvia.com/aktuali/globalais-inovaciju-indekss-2022>
11. Aunel, R. K., Basil, M. D. (1994). A Relational Obligations Approach to the Foot-In-The-Mouth Effect. *Journal of Applied Social Psychology*, 24(6), pp. 546-556.
12. Baade, R. A. Sundberg, J. O. (1996). What Determines Alumni Generosity? *Economics of Education Review*, 15(1), Elsevier, pp. 75-81.
13. Baade, R., Sundberg, J. (1996). Fourth Down and Gold to Go? Assessing the Link between Athletics and Alumni Giving. *Social Science Quarterly*, 77(4), pp. 789-803.
14. *Bagātnieku solītie miljoni Parīzes Dievmātes katedrāles atjaunošanas kontā vēl nav "ieropojuši"* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.diena.lv/raksts/pasaule/eiropa/bagatnieku-solitie-miljoni-parizes-dievmates-katedrales-atjaunosanas-konta-vel-nav-ieripojusi-14221425>
15. Bakewell, T. (2005). Integrating practice and theory for Advancement. *International Journal of Educational Advancement*, 5(2), pp. 192-195.
16. Bakioglu, A., Kirikci, S. (2011). An Investigation on University Administrators' and Faculty's Approach to Their Alumni. *Journal of Theory and Practice in Education*, 7(1), pp. 26-41.
17. Banks, J., Tanner, S. (1999). Patterns in Household Giving: Evidence From U.K. Data. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 10(2), pp. 167-178.
18. Barnes, S. (2005). Global Flows: Terror, Oil, and Strategic Philanthropy. *African Studies Review*, 48, pp. 1-22.
19. Barr, N. A. (1993). Alternative Funding Resources for Higher Education. *Economic Journal*, 103(418), pp. 718-728.
20. Bartel, A. N., Lande, K. J., Roos, J., & Schloss, K. B. (2022). A holey perspective on venn diagrams. *Cognitive Science*, 46(1), pp. 1-25.
21. Bekkers, R., Wiepking, P. (2006). To Give or Not to Give, That Is the Question: How Methodology Is Destiny in Dutch Giving Data. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 35(3), pp. 533-540.

22. Bekkers, R. (2002). *Giving Time and/or Money: Trade-off or Spill-over?* A paper presented at the 31<sup>st</sup> Annual ARNOVA Conference, Montreal, Canada.
23. Bekkers, R. (2006). Traditional and Health-Related Philanthropy: The Role of Resources and Personality. *Social Psychology Quarterly*, 69(4), pp. 349-366.
24. Bekkers, R. (2010) Who gives what and when? A scenario study of intentions to give time and money. *Social Science Research*, 39(3), pp. 369-381.
25. Bekkers, R., Crutzen, O. (2007). Just keep it simple: a field experiment on fundraising letters. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12(4), pp. 371-378.
26. Bekkers, R., Schuyt, T. (2008). And who is your neighbor? Explaining the effect of religion on charitable giving and volunteering. *Review of Religious Research*, 50(1), pp. 74-96.
27. Belfield, C., Beney, A. (2000). What Determines Alumni Generosity? Evidence for the UK. *Education Economics*, 8(1), pp. 65-80.
28. Bennett, G. (2013). The Common Thread: Tips for weaving philanthropy into the campus fabric. *CASE Currents*, pp. 18-24.
29. Berman, G., Davidson, S. (2003). Do Donors Care? Some Australian Evidence. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 14, pp. 421-429.
30. Bertelsmann Stiftung (2023). *BTI Transformation Index – Latvia* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://bti-project.org/en/reports/country-dashboard/LVA>
31. Bertelsmann Stiftung (2023b). *BTI 2022 Country report: Latvia* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: [https://bti-project.org/fileadmin/api/content/en/downloads/reports/country\\_report\\_2022\\_LVA.pdf](https://bti-project.org/fileadmin/api/content/en/downloads/reports/country_report_2022_LVA.pdf)
32. Bertelsmann Stiftung (2023c). *Political Transformation* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://bti-project.org/en/index/political-transformation>
33. Bertelsmann Stiftung (2023d). *Economic Transformation* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://bti-project.org/en/index/economic-transformation>
34. Bertelsmann Stiftung (2023e). *Governance* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://bti-project.org/en/index/governance>
35. *Bērnu slimnīcas fonds. Paveiktais* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.bsf.lv/lv/paveiktais/kopa-paveiktais>
36. Bērziņš, G., Priede, J. (2021). Inovāciju izaicinājumi Latvijā salīdzinājumā ar citām Eiropas Savienības valstīm. No Šteinbuka, I. Red. (2021). *Latvijas tautsaimniecība pandēmijas ēnā un pēckrīzes izrāviena iespējas*, 257.-270. lpp. [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: [https://www.apgads.lu.lv/fileadmin/user\\_upload/lu\\_portal/apgads/izdevumi/2021/Lat\\_tautsaim\\_peckrize/Latvijas\\_tauts\\_pand\\_ena.pdf](https://www.apgads.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/apgads/izdevumi/2021/Lat_tautsaim_peckrize/Latvijas_tauts_pand_ena.pdf)
37. *Biedrību un nodibinājumu likums* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/81050-biedribu-un-nodibinajumu-likums>
38. Bielefeld, W., Rooney, P., Steinberg, K. (2005). How Do Need, Capacity, Geography, and Politics Influence Giving? [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. [https://www.researchgate.net/publication/237425955\\_How\\_Do\\_Need\\_Capacity\\_Geography\\_and\\_Politics\\_Influence\\_Giving](https://www.researchgate.net/publication/237425955_How_Do_Need_Capacity_Geography_and_Politics_Influence_Giving)
39. Bloland, H. G. (2002). No longer emerging, fundraising is a profession. *CASE International Journal of Educational Advancement*, 3, pp. 7-19.
40. Blumenfeld, W. S., Sartain, P. L. (1974). Predicting alumni financial donation. *Journal of Applied Psychology*, 59(4), pp. 522-523.
41. BNI Western Pennsylvania (n.d.). *Why Join BNI?* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://bni-westernpa.com/en-US/whybni>

42. Borden, V. M. H., Shaker, G. G., Kienker, B. L. (2014). The Impact of Alumni Status on Institutional Giving by Faculty and Staff. *Research in Higher Education*, 55, pp. 196-217.
43. Boulding, K. E. (1962). Notes on a theory of philanthropy. In Dickinson, F. G. (ed.), *Philanthropy and Public Policy*, pp. 57-72. Washington: National Bureau of Economic Research.
44. Breneman, D. (2008). What Colleges Can Learn from Recessions Past. *The Chronicle of Higher Education*, 55, [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. <https://www.chronicle.com/article/what-colleges-can-learn-from-recessions-past/>
45. Brilliant, E. (2000). *Private charity and public inquiry: A history of the Filer and Peterson Commissions*. Bloomington: Indiana University Press.
46. Bristol, R. B. (1990). The Life Cycle of Alumni Donations. *The Review of Higher Education*, 13, pp. 503-517.
47. Brittingham, B., Pezzullo, T. (1990). *The Campus Green: Fund Raising in Higher Education. ASHE-ERIC Higher Education Report 1*. ASHE-ERIC Higher Education Reports, The George Washington University: Washington, DC, USA, 1990.
48. Bryant, W. K., Jeon-Slaughter, H., Kang, H. et al. (2003). Participation in Philanthropic Activities: Donating Money and Time. *Journal of Consumer Policy*, 26, pp. 43-73.
49. *Brīvības pieminekļa izgaismošanas fonds. Vēsture* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.brivibaspieminekulis.lv/vesture>
50. Brooks, A. C. (2004). What Do “Don’t Know” Responses Really Mean in Giving Surveys? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 33(3), 423–434.
51. Brown E. (2005). College. Social Capital, and Charitable Giving. In Brooks, A. (ed.), *Gifts of Time and Money in Americas Communities*, Rowman & Littlefield.
52. Brown, E., Ferris, J. M. (2007). Social Capital and Philanthropy: An Analysis of the Impact of Social Capital on Individual Giving and Volunteering. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(1), pp. 85-99.
53. Burt, R. (1983). Corporate Philanthropy as a Cooptive Relation. *Social Forces*, 62(2), pp. 419-449.
54. Butterfield, A. (2010). Education: A Perfect Partner for Project-based Fundraising. *The Journal of Museum Education*, 35(2), pp. 153-160.
55. Caboni, T. C. (2010). The Normative Structure of College and University Fundraising Behaviors. *The Journal of Higher Education*, 81(3), pp. 339-365.
56. Campbell, D., Moore, G., Metzger, M. (2002). Corporate Philanthropy in the U.K. 1985-2000. Some Empirical Findings. *Journal of Business Ethics*, 39, pp. 29-41.
57. Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *The Academy of Management Review*, 32(3), pp. 946-967.
58. Carabain, C., Bekkers, R. (2012). Explaining Differences in Philanthropic Behavior Between Christians, Muslims, and Hindus in the Netherlands. *Review of Religious Research*, 53(4), pp. 419-440.
59. Centers for Disease Control and Prevention (2023). *COVID-19 Forecasts: Hospitalizations* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/science/forecasting/hospitalizations-forecasts.html>
60. Chance, S. (2008). Proposal for Using a Studio Format to Enhance Institutional Advancement. *International Journal of Educational Advancement* 8(3-4), pp. 111-125.
61. Chen, Y., Li, X., MacKie-Mason, J. (2005). Online Fund-Raising Mechanisms: A Field Experiment. *Contributions in Economic Analysis & Policy*, 5(2), pp. 1-37.
62. Chung-Hoon, T., Hite, J. (2007). Organizational integration strategies for promoting enduring donor relations in higher education: The value of building inner circle network relationships. *International Journal of Educational Advancement*, 7(1), pp. 2-19.



63. Chung-Hoon, T. L., Hite, J. M., Hite, S. J. (2005) Searching for enduring donor relationships: Evidence for factors and strategies in a donor/organization integration model for fund raising. *International Journal of Educational Advancement*, 6(1), pp. 34-53.
64. Cingari, P. (2023). *Could the euro collapse?* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.reuters.com/plus/could-the-euro-collapse>
65. Clark, J. (2002). Recognizing Large Donations to Public Goods: An Experimental Test. *Managerial and Decision Economics*, 23(1), pp. 33-44.
66. Clotfelter, C. T. (2001). Who are the Alumni donors? Giving by two generations of alumni from selective colleges. *Nonprofit Management Leadership*, 12, pp. 119-138.
67. Clotfelter, C. T. (2003). Alumni giving to elite private colleges and universities. *Economics of Education Review*, 22(2), pp. 109-120.
68. Cooks, G., Sokolic, S. (2009). A Case Study for a Successful Donor-Nonprofit Relationship. *Journal of Jewish Communal Service*, 8412, pp. 132-142.
69. Core, J. E., Donaldson, T. (2010). An Economic and Ethical Approach to Charity and to Charity Endowments. *Review of Social Economy*, 68(3), pp. 261-284.
70. CSP (2023a). *Iedzīvotāju skaits gada sākumā, tā izmaiņas un dabiskās kustības galvenie rādītāji – “Rādītāji” un “Laika periods”* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: [https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP\\_PUB/START\\_\\_POP\\_\\_IR\\_\\_IRS/IRS010/table/tableViewLayout1/](https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__POP__IR__IRS/IRS010/table/tableViewLayout1/)
71. CSP (2023b). *Informatīvais apskats* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: [https://admin.stat.gov.lv/system/files/publication/2022-10/Nr\\_05\\_Demografija\\_2022\\_%2822\\_00%29\\_LV.pdf](https://admin.stat.gov.lv/system/files/publication/2022-10/Nr_05_Demografija_2022_%2822_00%29_LV.pdf)
72. CSP (2023c). *Ekonomiskās aktivitātes, nodarbinātības un bezdarba līmenis reģionos (procentos) – “Vecuma grupa”, “Teritoriālā vienība”, “Rādītāji” un “Laika periods”* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: [https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP\\_PUB/START\\_\\_EMP\\_\\_NBB\\_\\_NBA/NBA031/table/tableViewLayout1/](https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__EMP__NBB__NBA/NBA031/table/tableViewLayout1/)
73. CSP (2023d). *Iedzīvotāji 15 un vairāk gadu vecumā pēc augstākā sekmīgi iegūtā izglītības līmeņa, dzimuma un pa vecuma grupām gada sākumā – “Izglītības līmenis”, “Dzimums”, “Laika periods” un “Vecuma grupa”* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: [https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP\\_PUB/START\\_\\_IZG\\_\\_IZ\\_\\_IZI/IZT010/table/tableViewLayout1/](https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__IZG__IZ__IZI/IZT010/table/tableViewLayout1/)
74. Cunningham, H. (2013). *A history of Western Philanthropy*. CGAP Occasional Paper, June 2013, pp. 4-5.
75. Curtis Institute of Music (2003). *History* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.curtis.edu/about/history/>
76. Cutlip, S M. (1990). *Fundraising in the United States, Its Role in America’s Philanthropy*. Transaction Publishers: New Brunswick, NJ, USA.
77. Danielsen, A. L. (1975). A theory of exchange, philanthropy and appropriation. *Public Choice*, 24, pp. 13-26.
78. DeJong, W. (1981). Consensus Information and the Foot-in-the-Door-Effect. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 7(3), pp. 423-430.
79. Deloitte (2011). *Making the Grade 2011. A Study of the Top 10 Issues Facing Higher Education Institutions* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.ufv.ca/media/assets/senate/academic-planning--priorities-committee/agenda-packages-and-minutes/Deloitte++Top+Ten+Challenges.pdf>
80. Diamond, A. M., Jr. (1999). Does Federal Funding “Crowd In” Private Funding Of Science? *Contemporary Economic Policy*, 17, pp. 423-431.

81. Diamond, W. D., Kashyap, R. K. (1997). Extending Models of Prosocial Behavior to Explain University Alumni Contributions. *Journal of Applied Social Psychology*, 27, pp. 915-928.
82. Dilworth, K., Sloop Henzl, L. (2017). *Successful fundraising for the academic library: philanthropy in higher education*. Amsterdam: Elsevier, Chandos information professional series.
83. Doob, A. N., McLaughlin, D. S. (1989). Ask and You Shall be Given: Request Size and Donations to a Good Cause. *Journal of Applied Social Psychology*, 19, pp. 1049-1056.
84. Dorantes, A., Low, J. (2016). Financial Crisis Management in Higher Education: Responses by 20 Private Colleges and Universities to the 2007-2009 Financial Crisis. *Journal of Education Finance*, 42(2), pp. 188-219.
85. Drezner, N. (2006). Recessions and Tax-Cuts: Economic Cycles' Impact on Individual Giving, Philanthropy, and Higher Education. *International Journal of Educational Advancement*, 6, pp. 289-305.
86. Drezner, N. D. (2011). *Philanthropy and fundraising in American higher education*. San Francisco, CA: Wiley.
87. Drezner, N. D. (2013). *Expanding the donor base in higher education: Engaging non-traditional donors*. New York, NY: Routledge.
88. Drezner, N. D., Gupta, A. (2012). *Busting the Myth: Understanding Endowment Management at Public Historically Black Colleges and Universities*. *The Journal of Negro Education*, 81(2), pp. 107-120.
89. Duncan, B. A. (2004). Theory of impact philanthropy. *Journal of Public Economics*, 88(9-10), pp. 2159-2180.
90. Dvorak, T., Toubman, S. R. (2012). Are Women More Generous than Men? Evidence from *Alumni Donations*. *Eastern Economic Journal*, 39(1), pp. 121-131.
91. Ealy, L., Ealy, S. (2006). Progressivism and Philanthropy. *The Good Society*, 15(1), pp. 35-42.
92. ECB (2023). *US dollar* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: [https://www.ecb.europa.eu/stats/policy\\_and\\_exchange\\_rates/euro\\_reference\\_exchange\\_rates/html/eurofxref-graph-usd.en.html](https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/euro_reference_exchange_rates/html/eurofxref-graph-usd.en.html)
93. EIU (2023). *Democracy Index 2022* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.eiu.com/n/campaigns/democracy-index-2022/>
94. Ellyatt, H. (2023). *How – and when – Ukraine's war with Russia could end* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.cnn.com/2023/08/07/when-and-how-will-ukraines-war-with-russia-end.html>
95. European Commission (2023). *Spring 2023 Economic Forecast: An improved outlook amid persistent challenges* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: [https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-forecast-and-surveys/economic-forecasts/spring-2023-economic-forecast-improved-outlook-amid-persistent-challenges\\_en](https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-forecast-and-surveys/economic-forecasts/spring-2023-economic-forecast-improved-outlook-amid-persistent-challenges_en)
96. Expert Group. (2007). *Engaging philanthropy for University Research* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. jūn.]. Pieejams: [http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download\\_en/rapport2007\\_final.pdf](http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/rapport2007_final.pdf)
97. Feldman, N. E. (2010) Time Is Money: Choosing between Charitable Activities. *American Economic Journal: Economic Policy*, 2, pp. 103-130.
98. *Filantropijas definīcija* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <http://oxforddictionaries.com/definition/english/philanthropy>
99. Frank, B., Schulze, G. (2000). Does economics make citizens corrupt. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 43, pp. 101-113.
100. Fransen, F. J. (2007) Leveraging Philanthropy in Higher Education. *Academic Questions*, 20, pp. 150-153.

101. Freedman, J. L., Fraser, S. C. (1966). Compliance without pressure: The foot-in-the-door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4(2), pp. 195-202.
102. Freedman, J., Wallington, S., Bless, E. (1967). Compliance without pressure: The effect of guilt. *Journal of Personality and Social Psychology*, 7, pp. 117-124.
103. Freeland, R. E., Spenner, K. I., McCalmon, G. (2014). I gave at the campus: Exploring student giving and its link to young alumni donations after graduation. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 44(4), pp. 755-774.
104. Friends of the Notre Dame de Paris. Friends of the Notre Dame de Paris [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.friendsofnotredamedeparis.org/friends-of-notre-dame-de-paris/>
105. Garvey, J. C. (2016). Conceptualization and Validation of Factors for LGBTQ Alumni Philanthropy. *Journal of College Student Development*, 57(6), pp. 748-754.
106. Gasman, M. (ed.) (2010). *The History of U.S. Higher Education – Methods for Understanding the Past*. New York, NY: Routledge.
107. Gellner, E. (1996). *Conditions of liberty: Civil society and its rivals*. New York, NY: Penguin Books.
108. Gittell, R., Tebaldi, E. (2006). Charitable Giving: Factors Influencing Giving in U.S. States. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 35(4), pp. 721-736.
109. Giving USA foundation (2014). *Data tables for chart in the numbers* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: [https://givingusa.org/wp-content/uploads/woocommerce\\_uploads/2014/12/Giving-USA-2014-Data-Tables.pdf](https://givingusa.org/wp-content/uploads/woocommerce_uploads/2014/12/Giving-USA-2014-Data-Tables.pdf)
110. Gomberg, P. (2002) The fallacy of philanthropy. *Canadian Journal of Philosophy*, 32(1), pp. 29-66.
111. Grāpis A. (2006). *Augusts Dombrovskis. Mūžs un veikums*. Rīga: SIA INDEX I.
112. Grizāns J. (2015). *Uzņēmējdarbības vides konkurētspēja Latvijas pilsētās un tās paaugstināšanā piemērojamie instrumenti*. Promocijas darbs. Rīga: RTU.
113. *Grozījumi Ministru kabineta 2001. gada 31. jūlija noteikumos Nr. 337 “Kārtība, kādā stipendijas atbrīvojamas no aplikšanas ar iedzīvotāju ienākuma nodokli”* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/202681-grozijumi-ministru-kabineta-2001-gada-31-julija-noteikumos-nr-337-kartiba-kada-stipendijas-atbrivojamas-no-aplikšanas-ar>
114. Gruber, J. (2004). Pay or pray? The impact of charitable subsidies on religious attendance. *Journal of Public Economics*, 88(12), pp. 2635-2655.
115. Hall, P. (1992). *Inventing the Nonprofit Sector and Other Essays on Philanthropy, Voluntarism, and Nonprofit Organizations*. Johns Hopkins University Press: Baltimore, MD, USA.
116. Hall, P. D. (1992). Teaching and research on philanthropy, voluntarism, and nonprofit organizations: A case study of academic innovation. *Teachers College Record*, 93(3), pp. 403-435.
117. Hall, P. D. (1999). The work of many hands: A response to Stanley N. Katz on the origins of the “serious study” of philanthropy. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 28(4), pp. 522-534.
118. Hall, P. D. (2003). The welfare state and the careers of public and private institutions since 1945. In Friedman, L., & Garvie, M. (eds), *Charity, philanthropy, and civility in American history*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
119. Handlin Smith, J. (1998). Social Hierarchy and Merchant Philanthropy as Perceived in Several Late-Ming and Early-Qing Texts. *Journal of the Economic and Social History of the Orient*, 41(3), pp. 417-451.
120. Harbaugh, W. T. (1998). What do donations buy? A model of philanthropy based on prestige and warm glow. *Journal of Public Economics*, 67(2), pp. 269-284.

121. Harrison, W., Mitchell, S., Peterson S. (1995). Alumni Donations and Colleges' Development Expenditures: Does Spending Matter? *The American Journal of Economics and Sociology*, 54(4), pp. 397-412.
122. Hillygus, D. (2005). The Missing Link: Exploring the Relationship Between Higher Education and Political Engagement. *Political Behavior*, 27(1), pp. 25-47.
123. Himmelfarb, G. (1997). The Age of Philanthropy. *The Wilson Quarterly* 21(2), pp. 48-55.
124. *History, Johns Hopkins University* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.jhu.edu/about/history/>
125. Houston, D. J. (2006). "Walking the Walk" of Public Service Motivation: Public Employees and Charitable Gifts of Time, Blood, and Money. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 16(1), pp. 67-86.
126. Hsien, H. J. L. (2009). *Why Taiwanese Companies and Foundations Donate to Public Colleges and Universities in Taiwan: An Investigation of Donation Incentives, Strategies, and Decision-Making Processes*. Kent State University College: Kent, OH, USA.
127. Hunter, C. S., Jones, E. B., Boger, C. (1999). A Study of the Relationship between Alumni Giving and Selected Characteristics of Alumni Donors of Livingstone College, NC. *Journal of Black Studies*, 29(4), pp. 523-539.
128. Hurvitz, L. A. (2010). *Building a culture of student philanthropy: A study of the Ivy-Plus institutions' philanthropy education initiatives*. Dissertation, available at ProQuest. AAI3410478.
129. *Iedzīvotāju ienākuma nodokļa likums* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=56880>
130. Ilzetzki, E. & Jain, S. (2023). *Euro weakness in 2022* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://cepr.org/voxeu/columns/euro-weakness-2022>
131. IMF (2023). *World Economic Outlook* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO> [skatīts 09.08.2023.]
132. *International Society for Third Sector Research* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <http://www.istr.org/?SienaAbstracts>
133. Iskhakova, L., Hilbert, A., Hoffmann, S. (2016). An integrative model of alumni loyalty. An empirical validation among graduates from German and Russian universities. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 28(2), pp. 129-163.
134. *Izglītības likums, 21. pants* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/50759/redakcijas-datums/2017/08/10#p21>
135. Jacobs, L. (2007). The Kindness of Strangers: Philanthropy and Higher Education. *International journal of educational advancement*, 7, pp. 65-67.
136. Jencks, C. (1987). Who Gives to What?, In Powell, W. W. (ed.), *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*, . London: Yale University Press.
137. Jiobu, R. M., Knowles, E. S. (1974). Norm Strength and Alms Giving: An Observational Study. *The Journal of Social Psychology*, 94(2), pp. 205-211.
138. Johnstone, D. B. (2004). *University revenue diversification through philanthropy: International perspectives* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <http://www.intconfhighered.org/BruceJohnstone.pdf>
139. Jones, A., Posnett, J. (1991). Charitable donations by UK households: evidence from the Family Expenditure Survey. *Applied Economics*, 23(2), pp. 343-351.
140. Kamens, D. H. (1985). A Theory of Corporate Civic Giving. *Sociological Perspectives*, 28, pp. 29-49.
141. Kamerāde, D. (2016). Kvantitatīvs pētījums. In: K. Mārtinsone, A. Pipere, D. Kamerāde (red.), *Pētniecība: teorija un prakse*, Rīga: RaKa.

142. Karlan, D., List, J. (2007). Does Price Matter in Charitable Giving? Evidence from a Large-Scale Natural Field Experiment. *The American Economic Review*, 97(5), pp. 1774-1793.
143. Katz, S. N. (1999). Where did the serious study of philanthropy come from, anyway? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 28(1), pp. 74-82.
144. Kent, Z. A. (2014). *Andrew Carnegie: Industrialist and Philanthropist*. Enslow Publishing, LLC.
145. Khodakarami, F., Petersen, J., Venkatesan, R. (2015). Developing Donor Relationships: The Role of the Breadth of Giving. *Journal of Marketing*, 79(4), pp. 77-93.
146. Kingma, B. (1989). An Accurate Measurement of the Crowd-out Effect, Income Effect, and Price Effect for Charitable Contributions. *Journal of Political Economy*, 97(5), pp. 1197-1207.
147. Klimovičs, R. (2022). *Tautas ataudzes stratēģija. Meklē izeju no "demogrāfiskās bedres"* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://lvportals.lv/norises/346533-tautas-ataudzes-strategija-mekle-izeju-no-demografiskas-bedres-2022>
148. Kļaviņa, G. (red.) (2019). *Filantropijas stāsti*. Rīga, LU Akadēmiskais Apgāds.
149. Kmetty, Z. & Stefkovics, Á. (2021). Assessing the effect of questionnaire design on unit and item-nonresponse: evidence from an online experiment. *International Journal of Social Research Methodology*, pp. 1-14.
150. Koenig-Lewis, N. (2015). The effects of passage of time on alumni recall of "student experience". *Higher Education Quarterly*, 70(1), pp. 1-22.
151. Korduner, M. M., Ray, D. (2010). *FYE Annual Report*. Baton Rouge, LA: Louisiana State University.
152. Kozobarich, J. (2000). Institutional Advancement. *New Directions for Higher Education*, 111, pp. 25-34.
153. Kristapsone, S. (2020). *Statistiskās analīzes metodes pētījumos*. Biznesa augstskola Turība, pp. 325-330.
154. Kristapsone, S. (2020). *Statistiskās analīzes metodes pētījumā*. Rīga: Biznesa augstskola Turība.
155. Krūmiņš, A. (2002). *Kristaps Morbergs*. Rīga: SIA "J.L.V."
156. Kumru, C. S., Vesterlund, L. (2010). The Effect of Status on Charitable Giving. *Journal of Public Economic Theory*, 12, pp. 709-735.
157. Kundziņa, L. (2022). *Filantropija Latvijā. Nacionālā enciklopēdija* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: [enciklopedija.lv](http://enciklopedija.lv)
158. Kundziņa, L. (2012). *Filantropijas evolūcija*. Satori. 12.11.2012. [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://satori.lv/article/filantropijas-evolucija>
159. Kundziņa, L. *Korporatīvā filantropija Latvijā*. [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: [https://www.fonds.lv/fileadmin/user\\_upload/lu\\_portal/projekti/lu\\_fonds/Jauna\\_lapa/Filantropijas\\_publicitate/Kundzina\\_Corporative\\_Foundations\\_Latvia.pdf](https://www.fonds.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/projekti/lu_fonds/Jauna_lapa/Filantropijas_publicitate/Kundzina_Corporative_Foundations_Latvia.pdf)
160. Kundziņa, L. (2013). *Latvijas Universitātes lielākā ziedojumu kampaņa starpkaru laika periodā. LU Aula Magna ērģeļu iegāde*. Prezentācija LU 71. Zinātniskajā konferencē [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: [https://www.fonds.lv/fileadmin/user\\_upload/lu\\_portal/projekti/lu\\_fonds/Jauna\\_lapa/Filantropijas\\_publicitate/Kundzina\\_LU71\\_konference\\_ergeles\\_ref.pdf](https://www.fonds.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/projekti/lu_fonds/Jauna_lapa/Filantropijas_publicitate/Kundzina_LU71_konference_ergeles_ref.pdf)
161. Langseth, M., McVeety, C. (2007). Engagement as a Core University Leadership Position and Advancement Strategy: Perspectives from an engaged Institution. *International Journal of Educational Development*, 7, pp. 117-130.
162. Lasher, W., Cook, W. B. (1996). Toward a Theory of Fund Raising in Higher Education. *The Review of Higher Education*, 20, pp. 33-51.
163. *Latvijas Konversācijas vārdnīca*. 13. izdevums. Rīga, 1935.-1936. Šķirkļis – Mecenāts.

164. *Latvijas Universitātes fonds* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.fonds.lv/>
165. *Latvijas Valsts vēstures arhīvs* (turpmāk – LVVA), 7427. f. (Latvijas Universitāte) 8. apr., 1. l., 8. apr., 12. l., 6. apr., 129.l., 13. apr. 411.l.
166. Leahy, P. F. (2009). *To the Next Level: How Drexel University Improved Its Fundraising Performance from 1997 to 2007*. University of Pennsylvania: Philadelphia, PA, USA.
167. Liket, K., Maas, K. (2016). Strategic Philanthropy. *Business & Society*, 55, pp. 889-921.
168. *Likums "Par iedzīvotāju ienākuma nodokli"*, 9. pants [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/56880#p9>
169. *Likums "Biedrību un nodibinājumu likums"*, [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/81050-biedribu-un-nodibinajumu-likums>
170. Liu, Y. (2007). *Institutional Characteristics and Environmental Factors that Influence Private Giving to Public Colleges and Universities: A Longitudinal Analysis*. Vanderbilt University: Nashville, TN, USA
171. Lyons, M., Nivison-Smith, I. (2006). Religion and Giving in Australia. *Australian Journal of Social Issues*, 41, pp. 419-436.
172. LR EM (2023). *Latvijas makroekonomikas apskats* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.em.gov.lv/lv/media/16948/download?attachment>
173. LR FM (2023). *Baltijas valstu nodokļu sistēmu salīdzinājums* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.fm.gov.lv/lv/media/13581/download?attachment>
174. LR IZM (2020). *Zinātnes, tehnoloģijas attīstības un inovācijas pamatnostādnes 2021.-2027. gadam* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.izm.gov.lv/lv/media/11501/download?attachment>
175. LSM (2023). *LU profesors: Latvijā jāstrādā pie nodokļu sistēmas būtiskas vienkāršošanas* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/19.06.2023-lu-profesors-latvija-jastrada-pie-nodoklu-sistemas-butiskas-vienkarsosanas.a513348/>
176. LV portāls (2023). *Pēc Ministru prezidenta atkāpšanās demisionē visa valdība* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://lvportals.lv/norises/354009-pec-ministru-prezidenta-atkapsanas-demisione-visa-valdiba-2023>
177. Mael, F., Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater. A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), pp. 102-123.
178. Marr, K. A., Mullin, C. H., Siegfried, J. J. (2005). Undergraduate financial aid and subsequent alumni giving behavior. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 45(1), pp. 123-143.
179. Mastroieni, A. (2010). *Doctoral alumni giving: Motivations for donating to the University of Pennsylvania*. [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://repository.upenn.edu/dissertations/AAI3421849>
180. Mathur, A. (1996). Older adults' motivations for gift giving to charitable organizations: An exchange theory perspective. *Psychology & Marketing*, 13, pp. 107-123.
181. McAlexander, J., Koenig, H., Schouten, J. W. (2006). Building Relationships of Brand Community in Higher Education: A Strategic Framework for University Advancement. *International Journal of Educational Development*, 6, pp. 107-118.
182. McCarthy, K. (1984). American Cultural Philanthropy: Past, Present, and Future. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 471, pp. 13-26.
183. McClelland, R., Kokoski, M. F. (1994). Econometric Issues in the Analysis of Charitable Giving. *Public Finance Quarterly*, 22(4), pp. 498-517.
184. Merchant, A., Ford, J., Sargeant, A. (2010). Charitable organizations' storytelling influence on donors' emotions and intentions. *Journal of Business Research*, 63, pp. 754-762.

185. Mesch, D. J., Rooney, P. M., Steinberg, K. S., Denton, B. (2006). The effects of race, gender, and marital status on giving and volunteering in Indiana. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 35, pp. 565-587.
186. Miles, R. H., Cameron, K. S. (1982). *Coffin nails and corporate strategies*. Englewood Cliffs, N. J: Prentice-Hall.
187. Miller, D. (2014). Reforming the Taxation of Exempt Organizations and Their Patrons. *The Tax Lawyer*; 67(3), pp. 451-515.
188. Millisor, J., Olberding, J. C. (2009). Student philanthropy in colleges and universities. *Academic Exchange Quarterly*, 13.4, pp. 11-16.
189. Ministru kabineta 2001. gada 8. augusta rīkojums Nr. 385 “Par biedrībām, nodibinājumiem un starptautiskajām izglītības un sadarbības programmām”, 1. punkts [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/33441#p1>
190. Ministru kabineta 2010. gada 5. maija noteikumi Nr. 407 “Noteikumi par biedrības, nodibinājuma, reliģiskās organizācijas vai tās iestādes iepriekšējā gada darbības pārskata un turpmākās darbības plāna veidlapas paraugu” [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/209358>
191. Ministru kabineta 2021. gada 8. jūnija noteikumi Nr. 359 “Kārtība, kādā stipendijas atbrīvojamas no aplikšanas ar iedzīvotāju ienākuma nodokli”, 1. punkts [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/323845#p1>
192. Ministru kabineta noteikumi Nr. 1532 “Noteikumi par pasākumiem, kas jāveic valsts kapitālsabiedrībām, kuras veic Kultūras ministrijas deleģētas valsts kultūras funkcijas un saņem ziedojumus” [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.vestnesis.lv/ta/id/203049-noteikumi-par-pasakumiem-kas-javeic-valsts-kapitalsabiedribam-kuras-veic-kulturas-ministrijas-delegetas-valsts-kulturas-funkcij...>
193. Mirabella, R. (2007). University-based educational programs in nonprofit management and philanthropic studies: A 10-year review and projections of future trends. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(4), pp. 11-27.
194. Moktefi, A. & Lemanski, J. (2022). On the origin of venn diagrams. *Axiomathes*, 32(S3), pp. 887-900.
195. Monks, J. (2003). Patterns of giving to one’s alma mater among young graduates from selective institutions. *Economics of Education Review*, 22, 121–130.
196. Monnet, N., Panizza, U. (2017). A Note on the Economics of Philanthropy. *IHEID Working Papers 19-2017, Economics Section*, The Graduate Institute of International Studies.
197. Mount, J. (1996). Why donors give. *Nonprofit Management and Leadership*, 7, pp. 3-14.
198. National Park Foundation. *Mission – history* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. jūn.]. Pieejams: <https://www.nationalparks.org/about-foundation/mission-history>
199. National Park Service. *Donate* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. jūn.]. Pieejams: <https://www.nps.gov/getinvolved/donate.htm>
200. Nobel Prize facts. *The Nobel Prize* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. jūn.]. Pieejams: <https://www.nobelprize.org/prizes/facts/nobel-prize-facts/>
201. Nodibinājuma “Latvijas Universitātes fonds” statūti. (2004). Rīga, 2004. gada 30. decembris.
202. North, J. (2016). *The Relational Effect University Momentum Has On Philanthropic Support*. Ed. D. Dissertations. 102 [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. jūn.]. Pieejams: [https://digitalcommons.olivet.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1101&context=edd\\_dis](https://digitalcommons.olivet.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1101&context=edd_dis)
203. O’Brien, R. M. (2018). A consistent and general modified Venn diagram approach that provides insights into regression analysis. *PLOS ONE*, 13(5),

204. O'Herlihy, M. A., Havens, J., Schervish, P. G. (2007). Charitable Giving: How Much, By Whom, To What, and How? In *The Nonprofit Sector*, New Haven: Yale University Press, pp. 542-567.
205. Okunade, A. A. (1996). Graduate School Alumni Donations to Academic Funds: Micro-Data Evidence. *The American Journal of Economics and Sociology*, 55(2), pp. 213-229.
206. Okunade, A. A., Berl, R. L. (1997). Determinants of Charitable Giving of Business School Alumni. *Research in Higher Education*, 38, pp. 201-214.
207. Okunade, A. A., Wunnava, P. V., Walsh, R. Jr. (1994). Charitable giving of alumni: Micro-data evidence from a large public university. *American Journal of Economics and Sociology*, 53(1), pp. 73-84.
208. Olson, D. V. A., Caddell, D. (1994). Generous Congregations, Generous Givers: Congregational Contexts That Stimulate Individual Giving. *Review of Religious Research*, 36(2), pp. 168-180.
209. Orlikoff, J. E., Totten, M. K. (2006). Philanthropy and governance. It's déjà vu all over again. *Healthcare Executive*, 22, pp. 54-57.
210. Ostrower, F. (1995). *Why the Wealthy Give: The Culture of Elite Philanthropy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
211. *Oxford Dictionary* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <http://oxforddictionaries.com/definition/english/philanthropy>
212. Patrizi, P., Heid Thompson, E. (2011). Beyond the Veneer of Strategic Philanthropy. *The Foundation Review*, 2(3), Article 6.
213. Patton, M., Foote, N., Radner, J. (2015). A Foundation's Theory of Philanthropy: What It Is, What It Provides, How to Do It. *The Foundation Review*, 7(4), pp. 7-20.
214. Pecorino, P. (2016). A Portion of Profits to Charity: Corporate Social Responsibility and Firm Profitability. *Southern Economic Journal*, 83, pp. 380-398.
215. Pedro, I. M., Andraz, J. M. (2019). Alumni Commitment in Higher Education Institutions: Determinants and Empirical Evidence. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 33(6), pp. 1-36.
216. Pedro, I. M., Pereira, L. N., Carrasqueira, H. B. (2018). Determinants for the commitment relationship maintenance between the alumni and the alma mater. *Journal of Marketing for Higher Education*, 28(1), pp. 128-152.
217. Pedro, I., Mendes, J., Pereira, L. (2020). Understanding alumni-Alma mater commitment relationships upstream and downstream. *Journal of Marketing for Higher Education*, 31(11), pp. 1-22.
218. Pelane, I. (2023). *Latvijā darbaspēka nodokļu slogs – lielākais Baltijā* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.plz.lv/latvija-darbaspeka-nodoklu-slogs-lielakais-baltija/>
219. Pellew, J., Goldman, L. (eds). (2018). *Dethroning historical reputations: Universities, museums and the commemoration of benefactors*. London: University of London Press.
220. Pelozo, J., Steel, P. (2005). The Price Elasticities of Charitable Contributions: A Meta-Analysis. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(2), pp. 260-272.
221. Perrow, C. (1979) *Complex Organizations: A Critical Essay*. Glenview, IL: Scott, Foresman.
222. Pew Research Center (2021). *Appendix A: Classifying democracies* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.pewresearch.org/global/2021/10/21/spring-2021-democracy-appendix-a-classifying-democracies/>
223. Pharoah, C., Tanner, S. (1997). Trends in charitable giving. *Fiscal Studies*, 18, 427-443.
224. *Philanthropy Australia. About us* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.philanthropy.org.au/about-us/hropy-Australia>
225. Pike, G. R., Kuh, G. D. (2005). A typology of student engagement for American colleges and universities. *Research in Higher Education*, 46(2), pp. 185-209.



226. Pike, G. R., Smart, J. C., Kuh, G. D., Hayek, J. C. (2006). Educational expenditures and student engagement. *Research in Higher Education*, 47(7), pp. 847-872.
227. Pipere, A. (2016). *Primāro datu ieguves metodes*. Mārtinsone, K., Pipere, A., Kamerāde, D. (red.), Pētniecība: teorija un prakse, RaKa, Rīga (212.-283. lpp.).
228. PKC (2022). *Tautas ataudzes stratēģija "Ģimene – Latvija – 2030 (2050). Atjaunojamies!"* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: [https://pkc.gov.lv/sites/default/files/inline-files/TAS\\_Plans%2009.11%20projekts.pdf](https://pkc.gov.lv/sites/default/files/inline-files/TAS_Plans%2009.11%20projekts.pdf)
229. Pliner, P., Hart, H., Kohl, J., Saari, D. (1974). Compliance without pressure: Some further data on the foot-in-the-door technique. *Journal of Experimental Social Psychology*, 10(1), pp. 17-22.
230. Ponto, J. (2015). Understanding and Evaluating Survey Research. *Journal of the Advanced Practitioner in Oncology*, 6(2), pp. 168-171.
231. Porter, M., Kramer, M. (1999). Philanthropy's new agenda: creating value. *Harvard Business Review*, 77(6), pp. 121-130, 216.
232. Prince R., File K. M. (1995). Philanthropic cultures of mind. *New Directions of Philanthropic Fundraising*, 8, 125–135.
233. Prince, R. A., File, K. M. (1994). *The Seven Faces of Philanthropy: A New Approach to Cultivating Major Donors*. Jossey-Bass, Inc.: San Francisco, CA, USA.
234. Question Pro (2023) [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.questionpro.com>
235. Quigley, C. J., Bingham, F. G. J., Murray, K. B. (2002). An analysis of the impact of acknowledgement programs on alumni giving. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(3), pp. 75-86.
236. Reece, W., Zieschang, K. (1985). Consistent Estimation of the Impact of Tax Deductibility on the Level of Charitable Contributions. *Econometrica*, 53(2), pp. 271-293.
237. Reed, P. B., Selbee, L. K. (2003). *Is There a Distinctive Pattern of Values Associated with Giving and Volunteering? The Canadian Case*. Presented at the 31<sup>st</sup> ARNOVA Annual Conference, Montréal, Québec, 14-16 November 2002.
238. Reid, D. A. (2010). Rational Dissent and the Rhetoric of Educational Philanthropy in the Dissenting Academies of Lancashire, Hackney and Exeter. *Northern History*, 47(1), pp. 97-116.
239. Reiner, R., Collins, J. K., COVID-19 Forecasting Team, & Murray, C. J. L. (2023). *Forecasting the trajectory of the COVID-19 pandemic into 2023 under plausible variant and intervention scenarios: A global modelling study* [Preprint]. Public and Global Health.
240. Reingen, P., Kernan, J. (1977). Compliance with an Interview Request: A Foot-in-the-Door, Self-Perception Interpretation. *Journal of Marketing Research*, 14(3), pp. 365-369.
241. *Republic of Lithuania Law on Charity and Sponsorship* [tiešsaiste] [skatīts 2023.g. 19. janv.]. Pieejams: <https://e-seimas.lrs.lt/portal>
242. *Rockefeller Foundation. Our History* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.rockefellerfoundation.org/about-us/our-history/>
243. Romano, J. C., Gallagher, G., Shugart, S. C. (2010). More than an open door: Deploying philanthropy to student access and success in American community colleges. *New Directions for Student Services*, n130, pp. 55-70.
244. Rooney, P., Mesch, D., Chin, W., Steinberg, K. S. (2005). The Effects of Race, Gender, and Survey Methodologies on Giving in the US. *Economics Letters*, 86, pp. 173-180.
245. Rowley, J. (2014). Designing and using research questionnaires. *Management Research Review*, 37(3), pp. 308-330.
246. *Sabiedriskā labuma organizāciju likums* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=90822>

247. *Sabiedriskā labuma statusa organizāciju saraksts* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www6.vid.gov.lv/SLO>
248. Saiia, D. H., Carroll, A., Buchholtz, A. (2003). Philanthropy as Strategy. *Business & Society*, 42, pp. 169-201.
249. Salerno, C. (2004). Public Money and Private Providers: Funding Channels and National Patterns in Four Countries. *Higher Education*, 48, pp. 101-130.
250. Sammut-Bonnici, T. & Galea, D. (2015). PEST analysis. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1-1.
251. Sargeant, A. (1999). Charitable Giving: Towards a Model of Donor Behaviour. *Journal of Marketing Management*, 15, pp. 215-238.
252. Sargeant, A. (2001). Managing donor defection: Why should donors stop giving? *Philanthropic Fundraising*, 32, pp. 59-74.
253. Sargeant, A. (2001). Using Donor Lifetime Value to Inform Fundraising Strategy. *Nonprofit Management and Leadership*, 12, pp. 25-38.
254. Sargeant, A., Hilton, T., Wymer, W. (2006). Bequest motives and barriers to giving: The case of direct mail donors. *Nonprofit Management and Leadership*, 17, pp. 49-66.
255. Sargeant, A., Jay, E. (2014). *Fundraising management: Analysis, planning and practice*. Routledge.
256. Sato, M. (2005). Education, Ethnicity and Economics: Higher Education Reforms in Malaysia 1957-2003. *Nagoya University of Commerce and Business Administration 1*, pp. 73-88.
257. Schervish, P. G., Havens, J. J. (1995). Do the Poor Pay More: Is the U-Shaped Curve Correct? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 24(1), pp. 79-90.
258. Schervish, P. G., Havens, J. J. (1997). Social participation and charitable giving: A multivariate analysis. *Voluntas*, 8(3), pp. 235-260.
259. Schervish, P. G. (1997). *Critical Issues in Fundraising*. Wiley: New York, NY, USA.
260. Schervish, P. G. (2005). Major donors, major motives: The people and purposes behind major gifts. *New Directions for Philanthropic Fundraising*, 4, pp. 59-87.
261. Schuyt, T. (2010). Philanthropy in European welfare states: A challenging promise? *International Review of Administrative Sciences*, 76(4), pp. 774-789.
262. Schuyt, T., Smit, J., Bekkers, R. (2004). Constructing a philanthropy-scale: Social responsibility and philanthropy. *Order*, 501, p. 5704.
263. Schwartz, R. (1970). Personal Philanthropic Contributions. *Journal of Political Economy*, 78(6), pp. 1264-1291.
264. Schwarzwald, J., Raz, M., Zvibel, M. (1979). The Applicability of the Door-in-the Face Technique when Established Behavioral Customs Exist. *Journal of Applied Social Psychology*, 9, pp. 576-586.
265. Seifert, B., Morris, S., Bartkus, B. (2003). Comparing Big Givers and Small Givers: Financial Correlates of Corporate Philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 45(3), pp. 195-211.
266. Seligman, J. (2009). *Institutional Strategy and Communications as Catalysts for Philanthropic Support of Private Research Universities in the United States*. University of Pennsylvania: Philadelphia, PA, USA
267. Shaw, B., Post, F. (1993). A Moral Basis for Corporate Philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 12(10), pp. 745-751.
268. Shils, E. (1997). The virtue of civility. In Grosby, S. (ed.), *The virtue of civility: Selected essays on liberalism, tradition, and civil society* (pp. 320-355), Indianapolis, IN: Liberty Fund.
269. Sirat, M., Kaur, S. (2007). Financing Higher Education: Mapping Public Funding Options. *Updates on Global Higher Education*, 12, pp. 1-2.

270. Smith, S. (2010). Nonprofits and public administration: Reconciling performance management and citizen engagement. *The American Review of Public Administration*, 40(2), pp. 129-152.
271. Smartsurvey (2023) [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.smartsurvey.co.uk>
272. Survey Monkey (2023) [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.surveymonkey.com>
273. Snijders, I., Wijnia, L., Rikers, R., Loyens, S. (2019). Alumni loyalty drivers in higher education. *Social Psychology of Education*, 22(3), pp. 607-627.
274. Srnka, K. J., Grohs, R., Eckler, I. (2003). Increasing Fundraising Efficiency by Segmenting Donors. *Australasian Marketing Journal*, 11, pp. 70-86.
275. Sung, Chiu-I. (2014). Investigating Philanthropy Initiatives in Chinese Higher Education. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, pp. 1-22.
276. Tananbaum, S. L. (1997). Philanthropy and Identity: Gender and Ethnicity in London. *Journal of Social History*, 30(4), pp. 937-961.
277. *The British Museum. History* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams: <https://www.britishmuseum.org/about-us/british-museum-story/history>
278. Thompson, B. B. (2019). Impact of the S.T.R.P.E.S. Leadership and Extended Orientation Program on Philanthropic Giving. *Philanthropy & Education*, 2(2), pp. 53-74.
279. TNS Latvia (2023). *Augstākās izglītības jomas reputācija 2022* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.kantar.lv/augstakas-izglitibas-jomas-reputacija-2022/>
280. Todd, S. J., Lawson, R. W. (1999). Towards a better understanding of the financial donor: an examination of donor behaviour in terms of value structure and demographics. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 4, pp. 235-244.
281. Trussel, J. M., Parsons, L. M. (2003). Financial Reporting Factors Affecting Donations to Charitable Not-for-Profit Organizations. *Advances in Accounting*, 23, pp. 265-287.
282. Turība (2023). *Turības biznesa indekss: 2022. gadā uzlabojies uzņēmēju vērtējums par uzņēmējdarbības vidi Latvijā* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.turiba.lv/lv/jaunumi/turibas-biznesa-indekss-2022-gada-uzlabojies-uznemeju-vertejums-par-uznemejdarbibas-vidi-latvija>
283. *Università di Bologna. The birth of the stadium and the commune* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. jūn.]. Pieejams: <https://www.unibo.it/en/university/who-we-are/our-history/nine-centuries-of-history/the-birth-of-the-stadium-and-the-commune>
284. Uslaner, E. (2002). *The Moral Foundations of Trust*. Cambridge: Cambridge University Press.
285. *Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 19. janv.]. Pieejams:
286. Vaikunthavasan, S., Jebarajakirthy, C., Shankar, A. (2019). How to Make Higher Education Institutions Innovative: An Application of Market Orientation Practices. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 31, pp. 274-302.
287. Van Slyke, D., Brooks, A. (2005). Why do people give? New evidence and strategies for nonprofit managers. *The American Review of Public Administration*, 35, pp. 199-222.
288. V-Dem Institute (2023). *Democracy Report 2023* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: [https://v-dem.net/documents/29/V-dem\\_democracyreport2023\\_lowres.pdf](https://v-dem.net/documents/29/V-dem_democracyreport2023_lowres.pdf)
289. Vesterlund, L. (2006). Why Do People Give? In Sonnev, G. *The Nonprofit Sector*, New Haven: Yale University Press.
290. Volfarte, K. (2009). *Rīgas Latviešu biedrība un latviešu nacionālā kustība no 1868. līdz 1905. gadam*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.

291. Weber, P. C., Witkowski, G. R. (2016). Philanthropic Disruptions: Changing Nonprofit Education for an Engaged Society. *Journal of Public Affairs Education*, 22(1), pp. 91-106.
292. Weerts, D. J. Cabrera, A. F. (2018). Alumni Giving as Civic Expression. *Philanthropy & Education*, 2(1), pp. 1-24.
293. Weerts, D. J., Cabrera, A. F., Sanford, T. (2010). Beyond Giving: Political Advocacy and Volunteer Behaviors of Public University Alumni. *Research in Higher Education*, 51, pp. 346-365.
294. Weerts, D. J., Ronca, J. M. (2008). Characteristics of Alumni Donors Who Volunteer at Their Alma Mater. *Research in Higher Education*, 49, pp. 274-292
295. Werbel, J. D., Carter, S. M. (2002). The CEO's Influence on Corporate Foundation Giving. *Journal of Business Ethics*, 40, pp. 47-60.
296. White, F. L. (2011). Creating effective Board-CEO relationships and fundraising to achieve successful student outcomes. *New Directions for Community Colleges*, 156, pp. 23-29.
297. WHO (2023). *Weekly epidemiological update on COVID-19, 17 August 2023* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-update-on-covid-19---17-august-2023>
298. Williams, R., Barrett, J. (2000) Corporate Philanthropy, Criminal Activity, and Firm Reputation: Is There a Link? *Journal of Business Ethics*, 26(4), pp. 341-350.
299. WIPO (2022). *Global Innovation Index 2022: Latvia* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_2000\\_2022/lv.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_2000_2022/lv.pdf)
300. World Bank (2023). *Global Economic Prospects* [tiešsaiste] [skatīts 2023. g. 9. aug.]. Pieejams: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/6e892b75-2594-4901-a036-46d0dec1e753/content>
301. Wren, D. (1983). American Business Philanthropy and Higher Education in the Nineteenth Century. *The Business History Review*, 57(3), pp. 321-346.
302. Wunnava, P. V., Okunade, A. A. (2013) Do Business Executives Give More to Their Alma Mater? Longitudinal Evidence from a Large University. *The American Journal of Economics and Sociology*, 72, pp. 761-778.
303. Wunnava, P. V., Lauze, M. A. (2001) Alumni giving at a small liberal arts college: evidence from consistent and occasional donors. *Economics of Education Review*, 20 (6), pp. 533-543.
304. Ziņojums par mantas sastāvu un vērtību mantojuma nodokļa aprēķināšanai. Rīgas apgabaltiesas, III.Civil-nodaļa, Nelaiķa Kristapa Mohrberga testamenta izpildītājs zvēr. Adv. Volfgangs Leo d. Kuhens, lieta Nr. 4053/1928. g. II. galds, 1928. gada 27. jūnijā.

**PIELIKUMI/ ANNEXES**

# LIKUMI

**Kārtība, kādā stipendijas atbrīvojamas no aplikšanas ar iedzīvotāju ienākuma nodokli**

**Ministru kabineta 31.07.2001. noteikumi Nr. 337/ LV, 115, 03.08.2001.**

**Attēlotā redakcija: 01.01.2010. - 10.06.2021.**

---

1. pielikums  
Ministru kabineta  
2001.gada 3.jūlija  
noteikumiem Nr.337 (*Pielikums grozīts ar  
MK 22.12.2009. noteikumiem Nr.1532*)

**Pārskats par taksācijas gadā piešķirtajām un izmaksātajām stipendijām,  
kuras saskaņā ar likumu "Par iedzīvotāju ienākuma nodokli" nav  
apliekamas ar iedzīvotāju ienākuma nodokli**

Taksācijas gads 

(fonda nosaukums)

(fonda adrese)

Nodokļu maksātāja reģistrācijas Nr. 

## 1. Stipendiju izmaksai paredzētie līdzekļi un to izmaiņas taksācijas gadā

Nr. p.k.	reģistrētās stipendijas nosaukums	Stipendiju izmaksai paredzētie līdzekļi (latos)			
		atlikums uz taksācijas gada 1.janvāri	taksācijas gadā ieskaitītā summa	taksācijas gadā izlietotā summa	atlikums uz pēctaksācijas gada 1.janvāri
	Kopā				

## 2. Personas, kurām taksācijas gadā izmaksātas stipendijas

Nr. p.k.	Stipendijas saņēmēja vārds, uzvārds	Stipendijas saņēmēja personas kods	Taksācijas gadā stipendijas saņēmējam izmaksāto stipendiju summa (latos)
1.	_____ saņēmēji (stipendijas nosaukums)		
1.1.		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> - <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
1.2.		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> - <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	Kopā		
2.	_____ saņēmēji (stipendijas nosaukums)		
2.1.		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> - <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
2.2.		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> - <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	Kopā		
	Pavisam		

20 \_\_ . gada \_\_ . \_\_\_\_\_

Vadītājs \_\_\_\_\_  
(amats, paraksts un tā atšifrējums)

Izpildītājs \_\_\_\_\_  
(amats, paraksts un tā atšifrējums)

Z. v.

Izpildītāja tālruņa numurs 

--	--	--	--	--	--	--	--

Finansu ministrs G.Bērziņš



# LIKUMI

Noteikumi par biedrības, nodibinājuma, reliģiskās organizācijas vai tās iestādes iepriekšējā gada darbības pārskata un turpmākās darbības plāna veidlapas paraugu

Ministru kabineta 05.05.2010. noteikumi Nr. 407 / LV, 72, 07.05.2010.

Attēlotā redakcija: 01.01.2014. - ...

Pielikums  
Ministru kabineta  
2010.gada 5.maija noteikumiem Nr.407  
(Pielikums grozīts ar MK 24.09.2013. noteikumiem Nr.926)

(organizācijas nosaukums)

(organizācijas reģistrācijas numurs)

Iepriekšējā gada darbības pārskats un turpmākās darbības plāns

## I. Vispārīgā daļa

<b>1. Organizācijas darbības mērķis</b>	
<b>2. Organizācijas darbības jomas, kurās tā veic vai plāno veikt sabiedriskā labuma darbību</b>	
<input type="checkbox"/> labdarība <input type="checkbox"/> cilvēktiesību un indivīda tiesību aizsardzība <input type="checkbox"/> pilsoniskās sabiedrības attīstība <input type="checkbox"/> veselības veicināšana <input type="checkbox"/> slimību profilakse <input type="checkbox"/> palīdzības sniegšana katastrofu gadījumos un ārkārtas situācijās	<input type="checkbox"/> izglītības veicināšana <input type="checkbox"/> zinātnes veicināšana <input type="checkbox"/> vides aizsardzība <input type="checkbox"/> trūcīgo un sociāli mazaizsargāto personu grupu sociālās labklājības celšana <input type="checkbox"/> kultūras veicināšana <input type="checkbox"/> sporta atbalstīšana <input type="checkbox"/> cita (norādīt) _____
<b>3. Sabiedrības daļa (turpmāk – mērķa grupa), uz kuru vērsta organizācijas sabiedriskā labuma darbība</b>	
<input type="checkbox"/> ģimenes, kuras audzina trīs un vairāk bērnu <input type="checkbox"/> nepilnās ģimenes <input type="checkbox"/> cilvēki ar invaliditāti <input type="checkbox"/> personas, kuras pārsniegušas darbības vecumu <input type="checkbox"/> 15–25 gadus veci jaunieši <input type="checkbox"/> personas, kuras atbrīvotas no brīvības atņemšanas iestādēm <input type="checkbox"/> ilgstošie bezdarbnieki <input type="checkbox"/> bezpajumtnieki <input type="checkbox"/> cilvēktirdzniecības upuri <input type="checkbox"/> politiski represētās personas	

1/3

## 2. pielikuma turpinājums/ Continuation of Annex 2

<input type="checkbox"/> personas, kurām stihisku nelaimju vai dabas katastrofu dēļ ir nodarīts kaitējums, vai viņu ģimenes
<input type="checkbox"/> Černobiļas atomelektrostacijas avārijas seku likvidēšanas dalībnieki un viņu ģimenes, Černobiļas atomelektrostacijas avārijas dēļ cietušās personas un viņu ģimenes
<input type="checkbox"/> personas ar alkohola, narkotisko, psihotropo, toksisko vielu, azartspēļu vai datorspēļu atkarības problēmām un viņu ģimenes
<input type="checkbox"/> ģimenes, kas audzina bērnu ar invaliditāti
<input type="checkbox"/> bērni
<input type="checkbox"/> no vardarbības cietušās personas
<input type="checkbox"/> cita (norādīt) _____
_____
<b>4. Informācijas saņemšanai</b>
juridiskā adrese _____
kontaktdrese _____
tālruņa numurs _____
faksa numurs _____
e-pasta adrese _____
mājaslapa _____

### II. 20\_\_gada darbības pārskats

<b>5. Mērķa grupām adresētie organizācijas projekti, pasākumi un citas aktivitātes kalendāra gadā</b> (norādīt ne vairāk kā piecus nozīmīgākos projektus un veidot īsu aprakstu, papildus norādot norises laiku un vietu, pārējos projektus uzskaitīt)
_____
<b>6. Organizācijas darbības rezultāti vai sasniegumi kalendāra gadā attiecībā uz mērķa grupu un attiecīgajā jomā</b>
_____
<b>7. Organizācijas dibinātāji/biedri un citas personas</b>
dibinātāju/biedru skaits _____
iesaistīto personu skaits _____
sabiedriskā labuma guvēju skaits _____
<b>8. Kalendāra gadā saņemto ziedojumu izlietojums</b>
kalendāra gadā saņemto ziedojumu kopsumma _____ euro, kalendāra gadā izlietoto ziedojumu kopsumma _____ euro, tai skaitā: • sabiedriskā labuma darbībai _____ euro • kalendāra gada administratīvie izdevumi no kalendāra gadā izlietoto vispārējo ziedojumu kopsummas _____ euro
<b>9. Organizācijas darbību veicinošie faktori</b> (piemēram, sadarbība ar valsts pārvaldes iestādēm, komersantiem)
_____
<b>10. Organizācijas darbību kavējošie faktori</b>
_____

### III. Turpmākās darbības plāns

<b>11. Organizācijas plānotā darbība nākamajā kalendāra gadā</b>
<b>Ilgtermiņa projekti, pasākumi un citas aktivitātes</b> (īstenošanas periods – vairāk par vienu gadu): • <b>iesāktie</b> (norādīt ne vairāk kā piecus nozīmīgākos projektus un veidot īsu aprakstu, papildus norādot norises laiku un vietu, pārējos projektus uzskaitīt)
_____
• <b>plānotie</b> (norādīt ne vairāk kā piecus nozīmīgākos projektus un veidot īsu aprakstu, papildus norādot norises laiku un vietu, pārējos projektus uzskaitīt)
_____

## 2. pielikuma turpinājums/ *Continuation of Annex 2*

**Īstermiņa projekti, pasākumi un citas aktivitātes** (īstenošanas periods – līdz vienam gadam):

• **iesāktie** (norādīt ne vairāk kā piecus nozīmīgākos projektus un veidot īsu aprakstu, papildus norādot norises laiku un vietu, pārējos projektus uzskaitīt)

• **plānotie** (norādīt ne vairāk kā piecus nozīmīgākos projektus un veidot īsu aprakstu, papildus norādot norises laiku un vietu, pārējos projektus uzskaitīt)

\_\_\_\_\_  
(organizācijas vadītāja paraksts \*)

\_\_\_\_\_  
(vārds un uzvārds)

Piezīme. \* Veidlapas rekvizītu "paraksts" neaizpilda, ja elektroniskais dokuments ir sagatavots atbilstoši normatīvajiem aktiem par elektronisko dokumentu noformēšanu.

20\_\_gada \_\_\_\_.

Finanšu ministrs E.Repše

© Oficiālais izdevējs "Latvijas Vēstnesis"

**Augstskolu filantropijas organizāciju komunikācijas stratēģijas modelis.  
LU fonda piemērs.**

<b>Iekšējā saziņa</b>	
<b>Partneri</b>	<b>Aktivitāte un rādītājs</b>
<b>fonda komanda</b>	
<p><b>Kolēģis ↔ kolēģis</b></p> <p>Par mājaslapu un citiem informatīvajiem avotiem atbildīgā persona no projektu vadītāja, lietveža, grāmatveža vai citas atbildīgās vai kompetentās personas saņem apkopojumu par jaunākajiem ziedojumiem un aktuālākajiem fonda administrētajiem projektiem.</p>	<p>Ne retāk kā 1x/mēn. vai pēc nepieciešamības vai aktualitātes.</p>
<b>fakultāšu, institūtu un struktūrvienību vadība; vadība</b>	
<p><b>fonda valde ↔ struktūrvienību, organizāciju vadītāji, vadība</b></p> <p>Fonda valdes kompetence. Ideja: sinerģiska sadarbība – augstskolai ir nepieciešama nerimtīga attīstība, ārējs atbalsts jaunu projektu īstenošanai, bet fondam – ziedojumi, kurus administrēt.</p>	<p>Tikšanās 1x/ceturksnī.</p> <p>Ziņu lapa 1x/3 mēn.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>
<p><b>Darbinieki ↔ struktūrvienību pārstāvji</b></p> <p>Galvenokārt attālināta saziņa ar sabiedrisko attiecību un/vai mārketinga speciālistiem, lai nodrošinātu sekmīgu projektu pārvaldību un to publicitāti (raksti, sižeti, intervijas u.c.). Fonds nodrošina regulāru svarīgāko aktualitāšu apkopojumu elektroniskā formā – ziņu lapas.</p>	<p>E-pasti un intervijas (pamatā – komentāru sniegšanai) pēc vajadzības un aktualitātes.</p> <p>Projekta publicitāte ne retāk kā 1x/6 mēn.</p> <p>Noslēguma fāzē – atskata raksts par sasniegto, turpmāk darāmo un ieguvumiem zinātnei, sabiedrībai. Imidža bildes projekta vizualizācijai.</p> <p>Ziņu lapa 1x/3 mēn.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>

<b>Stipendiāti</b>	
<p><b>Fonds → topošie studenti un potenciālie stipendiāti</b></p> <p>Cieša sadarbība ar sabiedrisko attiecību departamentu, studentu servisu un studentu padomi, sniedzot informatīvu un cilvēkresursu (pamatā – stipendiātu brīvprātīgais darbs) atbalstu, uzrunājot nākamos studentus, dalot tiem līfletus, izbraukumos caur studentiem-vēstnešiem, publiskajos pasākumos (rudē fakultāšu ievadlekcijas jaunajiem studentiem, pavasarī – izstāde “Skola”, “Padomi eksāmeniem” u.c.), fonda ievadseminārā akad. gada sākumā, nodrošinot ērti pieejamu un viegli atrodamu informācijas pieejamību fonda, fakultāšu mājaslapās un soc. tīklos, e-pastos katram studentam. Uzsvars uz jaunajiem studentiem – ja tie zina par stipendijām jau 1. kursā, tad zinās arī vēlāk.</p>	<p>E-pasti sabiedrisko attiecību departamentu, studentu servisu un studentu padomi pēc vajadzības un aktualitātes. Vismaz 1 e-pasts periodā.</p> <p>Sabiedrisko attiecību departamentam – ne retāk kā 1x/mēn. publicēta ziņa par esošajiem stipendiātiem.</p> <p>Studentu servisam – intensīvāka sadarbība ir no janvāra līdz maijam un septembrī. Vismaz 2 e-pasti ar apkopotu atjauninātu informāciju par studentiem pieejamajām atbalsta iespējām.</p> <p>Studentu padomei un fakultāšu pašpārvaldēm – intensīvāka sadarbība septembrī, vismaz 1 e-pasts periodā.</p> <p>Pārstāvji iekļauti ziņu lapu apritē.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>
<p><b>Fonds ↔ esošie stipendiāti, kādreizējie stipendiāti-studenti</b></p> <p>Iniciēti esošo un kādreizējo stipendiātu tīklošanās pasākumi, organizēti konkrētā akad. gada stipendiātu tīklošanās pasākumi, ziņu lapas no fonda, informējot par aktuālāko, stipendiātu un viņu sasniegumu publicitāte, aicinājums ziedot.</p> <p>Stipendiāti ir fonda vizītkarte. Piedalās publicitātes pasākumos kā brīvprātīgie, kā studentu līderi. Iesaistās ziedojumu piesaistē.</p>	<p>Esošo un kādreizējo stipendiātu “salidojumi” vidēji 1x/2 gadi.</p> <p>Konkrētā akad. gada stipendiātu tīklošanās pasākumi – ne retāk kā 3x/periodā.</p> <p>Ieraksts soc. tīklu vidē – ne retāk kā 1x akad. gadā.</p> <p>Iekļauti ziņu lapu apritē.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>

<b>Atbalstīto projektu vadītāji</b>	
<p><b>Fonds → potenciālie projektu vadītāji</b></p> <p>Informācijas pieejamība un pētnieku izpratnes vairošana par to, kā fonds var sekmēt viņu projektu un “sapņu” norisi un īstenošanu, saņemot mecenāta finansējumu. Saziņa ar struktūrvienību vadītājiem, sabiedrisko attiecību vadītājiem, kuri informāciju par konkursu izplata tālāk, lai tā nokļūst pie konkrētās mērķauditorijas.</p> <p>Mudinājums pašiem darbiniekiem, pētniekiem plānot savu projektu un aktivitāšu norisi un meklēt, piesaistīt mecenātus, kuri būtu gatavi atbalstīt viņu projektus.</p>	<p><i>Ja ir bijis ziedojums.</i></p> <p>Publiska ziņa par iespēju pieteikties konkursam, e-pasts struktūrvienības vadītājam un sab. attiecību konsultantam – 1x/periodā.</p> <p><i>Finansējuma piesaiste.</i></p> <p>Fonds regulāri atjauno piedāvājuma portfeli 1x/gadā. Fonda valdes tikšanās ar dekāniem – 1x gadā un pēc vajadzības.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>
<p><b>Fonds ↔ esošie projektu vadītāji</b></p> <p>Tikšanās ar atbalstīto projektu vadītājiem, lai sekotu līdzī projekta virzībai. Norādījums populārzinātniski iepazīstināt sabiedrību medijos savus sasniegumus, tā parādot fonda mecenātu pozitīvo ieguldījumu pētniecības attīstībā.</p>	<p>Klātienēs tikšanās un atskaites. Ne retāk kā 1x/6 mēn.</p> <p>Publicitāte medijos (ar atsauci uz fondu) – ne retāk kā 1x/gadā.</p> <p>Publicitāte soc. Tīklos par savu darbību – ne retāk kā 1x/gadā.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>
<p><b>Fonds ↔ kādreizējie projektu vadītāji</b></p> <p>Turpināt uzturēt kontaktu, atgādināt sabiedrībai, ka reiz sniegtais atbalsts ir bijis pamats tālākiem pētījumiem un inovācijām. Mudinājums pašiem piesaistīt mecenātu atbalstu, lai turpinātu iesākto. Būt kvalitātes zīmei – veiksmīga projekta īstenošanās. Refleksa vadīšana – daļa no fonda loka.</p>	<p>Publicitāte, kur min turpmākos panākumos, atsaucoties uz sākotnējo fonda atbalstu. Ne retāk kā 1x/2 gados.</p> <p>Ziņu lapa.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>
<b>Stipendiju komisijas (no augstskolas vides)</b>	
<p>Atbalsta sniegšana informācijas izplatīšanā par iespējām pieteikties stipendijām. Atgriezeniskas saites sniegšana, kā uzlabot kopējo darbu.</p>	<p>Sapulce, kur izrunā vērtēšanas vadlīnijas un turpmāko sadarbības formātu – 1x/periodā.</p> <p>Kārtējās ziņu lapas.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>

3. pielikuma turpinājums/ *Continuation of Annex 3*

<b>Ārējā saziņa</b>	
<b>Partneri</b>	<b>Aktivitāte un rādītājs</b>
<b>Mecenāti, ziedotāji, sadarbības partneri</b>	
<p><b>Fonds ↔ esošie mecenāti</b>                      Uzdevums atgādināt, informēt un pārliecināt. Pateicība par ieguldījumu, publicitāte par to.</p> <p>Devīze – ikkatrs ziedojums ir svarīgs. Vēstījums par nelielu, bet regulāru ziedojumu veikšanu. Mērķauditorija – esošie stipendiāti, kādreizējie stipendiāti.</p>	<p>Mazajiem, vidējiem – mērķēta ziņu lapa “Paldies par ziedojumu pērnajā gadā!” 1x/gadā.</p> <p>Vidējiem - Emocionāli vēstījumi, kā ziedojums var ietekmēt procesus arī turpmāk – 2x/gadā.</p> <p>Visiem: Gada pārskats – 1x gadā. Pieņemšana pie Rektora – 1x gadā.</p> <p>Visiem: Ziņu lapa.</p> <p>Lielajiem – atskaite par sasniegto un aicinājums turpināt atbalstu. Ne retāk kā 1x/gadā.</p> <p>Datu atjaunošana uz Mecenātu sienas.</p> <p>Dažādu pasākumu organizēšana, sadarbībā ar Mecenātu. (piemēram, grāmatas atvēršanas svētki, etc.. pēc vajadzības)</p>
<p><b>Fonds → potenciālie mecenāti</b></p> <p>Uzdevums informēt un pārliecināt. Publicitāte medijos par fonda un mecenātu ieguldījumu. Mērķtiecīga uzrunāšana, informācijas nodošana.</p>	<p>Informācija publiskajā telpā un soc. tīklos – 1x/mēn.</p> <p>Tikšanās vai saziņa – 1x/gadā. Gada pārskats – 1x/gadā.</p>
<p><b>Fonds ↔ kādreizējie mecenāti (dzīvie)</b></p>	<p>Gada pārskats – 1x/gadā.</p> <p>Ziņu lapa.</p>
<p><b>Fonds ↔ kādreizējie mecenāti (mirušie)</b>                      Saziņa ar mirušo mecenātu tuviniekiem, piederīgajiem, laikabiedriem, lai godinātu mecenātu piemiņu. Aicinājums arī piederīgajiem sekot piemēram un ziedot nākotnē.</p>	<p>Publicitāte par ziedojumu un tā izlietojumu, labuma saņēmēja sasniegumiem – ne retāk kā 1x/ 2 gados. Piemiņas brīdis, mecenāta atdusas vietas apmeklējums – 1x/gadā.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>

3. pielikuma turpinājums/ *Continuation of Annex 3*

<b>Mediji</b>	
<p><b>Fonds → plašsaziņas mediji (ziņu portāli, radio, TV)</b></p> <p>Ziņas par atbalstīto pētnieku un to īstenoto projektu sasniegumu un ieguldījums zinātnes vai sabiedrības labā. Ziņas par lielajiem ziedojumiem un to mērķi.</p>	<p>Preses relīze par aktuālu tēmu vai notikumu – ne retāk kā 1x/mēnesī.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>
<p><b>Fonds → reģionālie mediji</b></p> <p>Lokālpatriotisms. Iespēja lepoties un informēt reģionu iedzīvotājus ar savu novadnieku sasniegumiem, tādējādi arī veidojas lokālpatriotisms.</p>	<p>Augstākā intensitāte – augusta beigās un septembrī par iespēju pieteikties stipendijām. Saziņa vismaz 1x/gadā.</p> <p>Oktobrī, novembrī – par rezultātiem jaunajiem stipendiātiem.</p> <p>Gada griezumā – par novadnieku sasniegumiem.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>
<p><b>Fonds → diasporas mediji (ziņu portāli, drukātie laikraksti, mēnešizdevumi)</b></p> <p>Lepojamies ar pašiem mecenātiem, ar viņu atbalstīto stipendiātu un īstenoto projektu sasniegumiem.</p>	<p>Ne retāk kā 1x/mēn.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>
<b>Stipendiāti-absolventi</b>	
<p><b>Fonds ↔ stipendiāti-absolventi</b></p> <p>Aicinājums nākotnē sniegt ieguldījumu. Personiskāks kontakts, brīvprātīgo zvans, saruna, pamudinājums ziedot kaut nedaudz, bet regulāri. Veidot publicitāti, ka absolventi ir kļuvuši par atpazīstamām personībām, zinātniekiem, viedokļu līderiem u.c.</p>	<p>Zvans – 1x/gadā.</p> <p>Fonda stāsti soc.tīklos – 1x/mēn.</p> <p>Portretintervija 1x/3 mēn.</p> <p>Ziņu lapas.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>



3. pielikuma turpinājums/ *Continuation of Annex 3*

<b>Fonda informatīvie partneri</b>	
<p><b>Fonds → vēstniecības, goda konsuli</b></p> <p>Savstarpējā kontakta un informācijas plūsmas stiprināšana, atgriezeniskās saites palielināšana, ar aicinājumu ar augstāko izglītību saistītus projektus administrēt ar fondu.</p>	<p>Informācija 2x gadā – 1) pasta sūtījums ar gada pārskatu (1x) + pavadošo vēstuli; 2) informatīvs e-pasts par sadarbības iespējām (1x).</p> <p>Ziņu lapa angļiski – 2x gadā.</p> <p>Gada pārskats – 1x gadā.</p>
<p><b>Sabiedrība kopumā –</b></p> <p>Fonda pozitīvā tēla veidošana, zīmola būvēšana, veidojot asociācijas ar ziedošanu un fondu. Publicēt emocionālās ziņas, kas atstāj lielāku iespaidu uz lasītāju/klausītāju. Dalība kampaņās, iniciatīvās – uzskates materiāli pasākumos, kur piedalās atbalstītie pētnieki – Eiropas Zinātnieku nakts, Muzeju nakts u.c. Dalība “Absolventu dienā” vai Jauno tehnoloģiju dienā, kur piedalās kādreizējie stipendiāti un potenciālie mecenāti.</p>	<p><i>Pro-bono</i> vides reklāma – plakāti 1x/2 gadi.</p> <p>Proaktīva dalība kādā lielā pasākumā/iniciatīvā, būt daļai no augstskolas pasākuma, projekta pasākuma – 1x/gadā.</p> <p>Dāvanas absolventiem izlaidumos.</p>

## Mecenāta XXX ziedojuma līgums NR. SZL-XXX

Rīgā, 2022. gada XXX

**Nodibinājums „Latvijas Universitātes fonds”**, vienotais reģ. Nr. LV40003412490, juridiskā adrese – Vaļņu iela 10 - 2, Rīga, LV-1050 izpilddirektors Lailas Kundziņas personā, kura rīkojas saskaņā ar Statūtiem, turpmāk šī līguma tekstā saukts – **“LU fonds”**, no vienas puses, un

**Mecenāts**, vien. Reģ. Nr.XXX, juridiskā adrese –XXX, Rīga, LV - XXX, tā valdes locekļa XXX personā, kurš darbojas uz sabiedrības statūtu pamata, turpmāk šā līguma tekstā – **“Mecenāts”**, no otras puses,

LU fonds un Mecenāts katrs atsevišķi vai abi kopā saukti arī kā **“Puse”** vai **“Puses”** noslēdz šādu ziedojuma līgumu, turpmāk tekstā – „Līgums”:

*Preambula:*

*Ņemot vērā, ka LU fonds apliecina, ka ir reģistrēts kā sabiedriskā labuma organizācija un Mecenāts apliecina vēlmi sniegt LU fondam bez atlīdzības finansiālu palīdzību un pretendēt uz tiesībām saņemt Latvijas Republikas likumos noteiktos nodokļu atvieglojumus, tad Līdzēji vienojas par sekojošo:*

### 1. Līguma priekšmets un līguma darbības laiks

1.1. LU fonds un Mecenāts vienojas par abpusēju sadarbību augstākās izglītības, zinātnes un kultūras attīstīšanā, kuru administrē LU fonds.

1.2. Mecenāts ziedo naudas līdzekļus kopā EUR, turpmāk tekstā – „Ziedojums”, ar mērķi atbalstīt XXX.

1.3. Līgums stājas spēkā pēc Pušu parakstīšanas un ir spēkā līdz Pušu saistību pilnīgai izpildei.

### 2. Pušu tiesības un pienākumi

2.1. Mecenāts apņemas veikt šādas darbības:

2.1.1. iemaksāt Ziedojumu LU fonda norēķinu kontā pēc LU fonda izrakstītā rēķina saņemšanas līdz 2022. gada 30. augustam.

2.2. Mecenātam ir šādas tiesības:

2.2.1. saņemt ziedotāja uzņēmuma nodokļu atlaidi 2022. gadā, saskaņā ar „Uzņēmuma ienākuma nodokļa likums 12.pantu, kuru var piemērot nodokļa maksātājs, kas ziedo sabiedriskā labuma organizācijai. Nodokļa maksātājs var izvēlēties vienu no šādiem atvieglojumiem:

2.2.1.1. neiekļaut taksācijas perioda ar nodokli apliekamajā bāzē ziedoto summu, bet ne vairāk kā piecu procentu apmērā no iepriekšējā pārskata gada peļņas pēc aprēķinātajiem nodokļiem;

2.2.1.2. neiekļaut taksācijas perioda ar uzņēmumu ienākuma nodokli apliekamajā bāzē ziedoto summu, bet ne vairāk kā divus procentus no iepriekšējā pārskata gada kopējās darba ņēmējiem aprēķinātās bruto darba samaksas, no kuras samaksāti valsts sociālās apdrošināšanas maksājumi;

2.2.1.3. samazināt taksācijas periodā par pārskata gadā aprēķinātajām dividendēm aprēķināto uzņēmuma ienākuma nodokli par 85 procentiem no ziedotās summas, nepārsniedzot 30 procentus no aprēķinātās uzņēmumu ienākuma nodokļa summas par aprēķinātajām dividendēm.

2.2.2. iekļaut informāciju par piešķirto Ziedojumu jebkura veida informācijas materiālos;

2.2.3. vienpusēji izbeigt šo Līgumu, paziņojot par to LU fondam 1 (vienu) kalendāro nedēļu iepriekš, nepieprasot atmaksāt Ziedojuma summu, kas uz paziņojuma iesniegšanas brīdi jau ir pārskaitīta LU fondam;

#### 4. pielikuma turpinājums/ *Continuation of Annex 4*

2.2.4. jebkurā laikā pārbaudīt LU fondam piešķirtā Ziedojuma izlietošanu, pieprasot no LU fonda informāciju, kas Mecenātam nepieciešama, lai pārliecinātos, ka piešķirtais Ziedojums tiek izlietots atbilstoši Līgumā nolīgtajam;

2.3. LU fonds apņemas veikt šādas darbības:

2.3.1. piešķirto finansējumu izlietot tikai Līgumā paredzētajam mērķim paredzētajā laikā;

2.3.2. aicināt piedalīties Mecenātu LU fonda svētku pasākumos.

2.4. LU fondam ir pienākums ne vēlāk kā 10 (desmit) darba dienu laikā pēc Mecenāta pirmā pieprasījuma sniegt Mecenātam informāciju, ko Mecenāts pieprasījis LU fondam nolūkā pārbaudīt piešķirtā Ziedojuma izlietošanu (2.2.4.punkts).

### 3. Atbildība

3.1. Puses ir atbildīgas par Līguma izpildi saskaņā ar spēkā esošajiem Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem.

3.2. Līgumā noteikto saistību nepildīšanas vai nepienācīgas pildīšanas gadījumā, saskaņā ar Līgumu vainīgā Puse atlīdzina otrai Pusei zaudējumus, kuri radušies nepienācīgi pildot vai nepildot līgumsaistības.

### 4. Pušu kontaktpersonas

4.1. LU fonda kontaktpersona: Laila Kundziņa (tālr. 29212426, e-pasts: laila.kundzina@fonds.lv).

4.2. Mecenāta kontaktpersona:

### 5. Nepārvarama vara

5.1. Puse tiek atbrīvota no atbildības par pilnīgu vai daļēju pienākumu nepildīšanu, ja tam par pamatu bijusi nepārvarama vara, kas radusies Līguma darbības laikā, ārkārtējas situācijas izveidošanās rezultātā, kuru Puse nevarēja paredzēt vai novērst ar saprātīgiem pasākumiem. Pie šādiem ārkārtēja rakstura apstākļiem pieskaitāmi: plūdi, ugunsgrēks, zemestrīce un citas stihiskas nelaimes un tam līdzīgi apstākļi, streiks, karš, militāri manevri, valsts institūciju akti un darbības.

5.2. Ja iestājas Līguma 5.1.punktā norādītie apstākļi, Pusei bez kavēšanās jāpaziņo par to rakstveidā otrai Pusei. Paziņojumam jāraksturo apstākļi, kā arī to ietekmes vērtējums attiecībā par savu pienākumu izpildi saskaņā ar Līgumu un izpildes termiņu. Paziņojumā jānorāda termiņš, kurā paredzams izpildīt Līgumā paredzētos pienākumus.

5.3. Ja kāda no Pusēm savlaicīgi nepaziņo otrai Pusei par Līguma 5.1. punktā paredzētajiem apstākļiem, tad tai jāatlīdzina otrai Pusei visus zaudējumus, kas radušies sakarā ar Līguma saistību nepildīšanu.

5.4. Gadījumos, kas paredzēti Līguma 5.1. punktā, Līguma izpildes termiņš tiek novirzīts atbilstoši tam, cik ilgi darbojas šie apstākļi vai to sekas.

5.5. Gadījumos, kad Līguma 5.1. punktā minētie apstākļi ilgst ilgāk par 3 mēnešiem, vai pie to iestāšanās kļūst skaidrs, ka tie ilgs ilgāk par 3 mēnešiem vai arī šo apstākļu dēļ vajadzība pēc līgumsaistību izpildes kādai no Pusēm kļūst nevajadzīga, Puses var vienoties par Līguma izbeigšanu vai turpmāku izpildi.

### 6. Strīdu izskatīšanas kārtība

Domstarpību gadījumā puses sākotnēji mēģinās lietu atrisināt sarunu ceļā un tikai tad griezīsies tiesā.

### 7. Konfidencialitāte

Visa un jebkāda informācija, kas saistīta ar Līgumu un/vai tā izpildi, ir uzskatāma par konfidenciālu, ja informācijas sniedzējs to ir noteicis par konfidenciālu un tā nav publiski pieejama. Konfidenciāla informācija nav informācija par piešķirto Ziedojumu, ko Mecenāts

4. pielikuma turpinājums/ *Continuation of Annex 4*  
iekļauj jebkura veida informācijas materiālos, kā arī LU fonda paustā informācija. Konfidenciāla informācija var tikt atklāta trešajām personām tikai ar otras Puses rakstveida piekrišanu, izņemot LR normatīvajos aktos noteiktajos gadījumos.

### 8. Papildus noteikumi

8.1. Jebkuras izmaiņas Līgumā stājas spēkā pēc Pušu rakstiskas vienošanās.

8.2. Līgums sastādīts divos eksemplāros latviešu valodā uz 2 (divām) lapām, no kuriem viens nodots Mecenātam, otrs – LU fondam.

<b>Mecenāts</b>	<b>Nodibinājums „Latvijas Universitātes fonds”</b>
	Reģ. Nr. LV40003412490
	Vaļņu iela 10 - 2, Rīga, LV-1050
	Konta Nr.:LV49HABA0551020757523
	<hr/> Laila Kundziņa

### Aptaujas anketa augsti kvalificētiem uzņēmumu vadītājiem

Latvijas augstskolu sekmīga attīstība ir atkarīga no pietiekamiem finanšu resursiem, ko veido bāzes finansējums: valsts, pašvaldību finansējums, finansējums pētniecībai, dažādi granti zinātnei; studiju maksas; maksas par pakalpojumu veikšanu un mecenātu ziedojumi stipendijām, mācību vides un infrastruktūras uzlabošanas projektiem. Augstskolām ir nepietiekams bāzes finansējums, tās ir novērtējušas ziedojumu piesaistes nozīmīgumu. Lielākoties mecenātu ziedojumi tiek novirzīti izcilu studentu, pētnieku atbalstam, kā arī infrastruktūras projektiem. Nozīmīga loma ir valsts dibināto augstskolu sadarbībai ar absolventiem, akcentējot, ka augstskolai būtu aktīvāk jāsadarbojas ar studentiem, lai jau vēlāk viņiem kā absolventiem būtu vēlme ziedot savai augstskolai. Nodokļu atlaižu politika dod iespēju augstskolu dibinātajiem fondiem un biedrībām ar sabiedriskā labuma statusu, nodrošināt nodokļu atlaides kā privātpersonām, tā uzņēmumiem. Doktora promocijas darbā tiks pētīta valsts dibināto augstskolu fondu, kuriem piešķirts sabiedriskā labuma statuss, ziedojumu piesaistes tendences laika periodā no 2011. līdz 2020. gadam.

Aptauja ir anonīma.  
Pateicos jau iepriekš par Jūsu laiku, ko veltīsiet šai aptaujai. Sirsnībā, Laila Kundziņa (Jautājumiem, priekšlikumiem: laila.kundzina@fonds.lv , 29212426)

Norādiet informāciju par sevi:

Dzimums	---- Vīrietis Sieviete
	---
	- 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105
	---
Dzīves vieta	- Rīga Pierīga Daugavpils Jelgava Jēkabpils Jūrmala Liepāja Rēzekne Valmiera Ventspils Cita pilsēta vai mazpilsēta Lauki
Izglītības līmenis	Pamatskolas Vidējā Vidējā profesionālā Bakalaura/ augstākā profesionālā Augstākā profesionālā Nepabeigta augstākā Maģistrs Doktors Cits
Nodarbošanās	Administratīvais darbs/ Asistēšana Bankas Bez darba Būvniecība/ Nekustamais īpašums Cilvēkresursi Cits Drošība/ Aizsardzība Finances/ Grāmatvedība Informācijas tehnoloģijas/ Elektronika Izglītība/ Zinātne Jurisprudence/ Tieslietas Kultūra/ Māksla/ Izklaide Lauksaimniecība/ Vides zinātne Mediji/ Sabiedriskās attiecības Mājsaimnieks/ -ce Mārketings/ Reklāma Pakalpojumi/ Klientu apkalpošana Ražošana/ Rūpnieciskā ražošana Telekomunikācijas Tirdzniecība/ Pārdošana Transports/ Loģistika Tūrisms/ Viesnīcas/ Ēdināšana Vadība Valsts pārvalde Veselības aprūpe/ Sociālā aprūpe
Tautība	Latviešu Krievu Cita

## 1. Kādus ziedojuma veidus esat izmantojis? (vairākas atbildes iespējamas)

Ziedojums naudā  
 Ziedojums "graudā" (piemēram, tehnikas dāvināšana)  
 Ziedojums *pro bono* (izcilu profesionāļu konsultācija)  
 Ziedoju savu laiku kā brīvprātīgais  
 Cits

## 2. Kuriem no šiem mērķiem ir ziedojis Jūsu vadītais uzņēmums? (vairākas atbildes iespējamas)

Cilvēktiesību un indivīda tiesību aizsardzība  
 Cita SLO darbība  
 Izglītības veicināšana  
 Kultūras veicināšana  
 Labdarība  
 Palīdzības sniegšanu katastrofu gadījumos un ārkārtas situācijās  
 Pilsoniskas sabiedrības attīstība  
 Trūcīgo un sociāli mazaizsargāto personu grupu sociālās labklājības celšana  
 Slimību profilakse  
 Sporta atbalstīšana  
 Veselības veicināšana  
 Vides aizsardzība  
 Zinātnes veicināšana  
 Cits

## 3. Kāda ir Jūsu vadītā uzņēmuma motivācija ziedot? (vairākas atbildes iespējamas)

Vēlme atbalstīt noteiktu jomu  
 Vēlme ar savu ziedojumu uzlabot sabiedrības dzīves kvalitāti  
 Palielinās uzņēmuma prestižs  
 Gandarījuma un prieka sajūta ziedojot  
 Vēlme atstāt "pēdas vēsturē"  
 Solidaritātes un lojalitātes sajūta  
 Darbinieki lepojas ar uzņēmumu - Mecenātu  
 Sacensības gars, ņemu piemēru no citiem ziedotājiem  
 Cits

## 4. Lielākā summa, ko Jūsu vadītais uzņēmums ir ziedojis eiro?

līdz 5	līdz 15	līdz 50	līdz 100	līdz 200	līdz 500	virs 500	virs 1
000	000	000	000	000	000	001	mlj.

Lielākā summa

## 5. Vai filantropijas organizācijas pateicība par Jūsu veikto ziedojumu atbilst gaidītajam?

Jā  
 Nē

6. Kas filantropijas organizācijām būtu jāuzlabo komunikācijā ar ziedotāju?

7. Vai vēlaties, lai filantropijas organizācija lepojas ar Jūsu ziedojumu publiskajā telpā?

Jā

Nē

8. Vai Jūsu uzņēmumam ir ziedošanas stratēģijas politika?

Jā

Nē

9. Vai ziedojat katru gadu?

Jā

Nē

10. Ja filantropijas praktiķi (tie, kas vaicā pēc ziedojumiem) nosauc konkrētu summu noteiktā mērķa sasniegšanā, vai tas Jums atvieglo lēmuma pieņemšanu?

Jā

Nē

11. Vai piekrītat pieņemumam, ka sievietes ziedo biežāk nekā vīrieši?

Jā

Nē

12. Vai piekrītat pieņemumam, ka uzņēmumi ziedo, lai uzlabotu savu korporatīvo reputāciju?

Jā

Nē

13. Vai Jūsu uzņēmums ziedotu, ja nebūtu nodokļu atlaides?

Jā

Nē

14. Kas ir būtiski svarīgi, lai Jūsu vadītais uzņēmums uzticētos filantropijas organizācijai un ziedotu tās projektiem? (vairākas atbildes iespējamas)

Filantropijas organizācijai jābūt respektablai  
Filantropijas organizācijai ir jānodrošina caurspīdīgums  
Filantropijas organizācijai ir jābūt ar nevainojamu reputāciju  
Filantropijas organizācijai ir vismaz reizi gadā jāinformē par ziedojuma izlietošanu  
Filantropijas organizācijai ir Jūs jāaicina uz saviesīgiem pasākumiem priekš mecenātiem  
Komunikācijai ir jābūt nepiespiestai un patīkamai  
Pēc sarunām ar filantropijas praktiķiem, Jums ir pārliecība par sadarbības izdošanos  
Pozitīvā pieredze rosina turpināt ziedot  
Filantropijas organizācijai nav pārspīlēti administratīvie izdevumi  
Filantropijas organizācijas darbinieki ir sava darba profesionāļi  
Filantropijas organizācijas projekti ir vērienīgi un tiek realizēti ar augstas atbildības sajūtu  
Cits

### APTAUJAS ANKETA EKSPERTIEM

#### **Augsti godātais ekspert!**

Latvijas augstskolu sekmīga attīstība ir atkarīga no pietiekamiem finanšu resursiem, ko veido bāzes finansējums: valsts, pašvaldību finansējums, finansējums pētniecībai, dažādi granti zinātnei; studiju maksas; maksas par pakalpojumu veikšanu un mecenātu ziedojumi stipendijām, mācību vides un infrastruktūras uzlabošanas projektiem. Augstskolām ir nepietiekams bāzes finansējums, tās ir novērtējušas ziedojumu piesaistes nozīmīgumu. Lielākoties mecenātu ziedojumi tiek novirzīti izcilu studentu, pētnieku atbalstam, kā arī infrastruktūras projektiem. Nozīmīga loma ir valsts dibināto augstskolu sadarbībai ar absolventiem, akcentējot, ka augstskolai būtu aktīvāk jāsadarbjas ar studentiem, lai jau vēlāk viņiem kā absolventiem būtu vēlme ziedot savai augstskolai. Nodokļu atlaižu politika dod iespēju augstskolu dibinātajiem fondiem un biedrībām ar sabiedriskā labuma statusu, nodrošināt nodokļu atlaides kā privātpersonām, tā uzņēmumiem.

Doktora promocijas darbā tiks pētīta valsts dibināto augstskolu fondu, kuriem piešķirts sabiedriskā labuma statuss, ziedojumu piesaistes tendences laika periodā no 2011. līdz 2020. gadam, lai izveidotu sekmīgus ziedojumu piesaistes modulūkus augstskolām to attīstībai.

Šī aptauja palīdzēs noskaidrot ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku veicināšanas scenārijus, atbildot uz jautājumiem: “Kurš no piedāvātajiem scenārijiem palielinās valsts dibināto augstskolu ziedojumu piesaistes tendences?”, “Kurš no scenārijiem sniegs lielāku sadarbības iespēju starp valsti, pašvaldībām, valsts dibināto augstskolu fondiem un mecenātiem, lai palielinātu ziedojumu piesaistes tendences?”, “Kurš no scenārijiem nodrošinās valsts ekonomikas attīstību?”

Piedāvāju iepazīties ar trīs iespējamajiem scenārijiem valsts augstskolu dibināto fondu ziedojumu piesaistes tendenču palielināšanai.

Lai izvērtēšana notiktu raiti, esmu sagatavojusi aprakstu scenāriju izvērtēšanai.

**Pateicos jau iepriekš par Jūsu veltīto laiku scenāriju izvērtēšanā!**

**Visu to labāko vēlot, Laila Kundziņa**



6. pielikuma turpinājums/ *Continuation of Annex 6*  
**Scenāriju izvērtēšanas instrukcija**

Vēršu uzmanību, ka esat laipni aicināti ar mani sazināties, ja Jums rodas jautājumi:  
 laila.kundzina@fonds.lv vai zvanot: +371 29212426.

Jums būs jāaizpilda zemāk redzamās tabulas, kurās ir salīdzināti divi elementi: kritērijs un scenārijs. Jums būs jāaizpilda tikai neiekrāsotie lauciņi.

Ja pirmais elements – kritērijs vai scenārijs ir svarīgāks par otro, tad atbilstošajā rūtiņā ieraksta veselu skaitli no relatīvā svarīguma skalas, bet pretējā gadījumā izmanto apgriezto lielumu. Piemēram, ja augstskolu studentu, pētnieku intereses ir novērtētas kā būtiski svarīgākas, piemēram, 8 pret 1/8, svarīgākas pret valsts, pašvaldību interesēm.

Relatīvā svarīguma intensitāte ietver sevī 6 vērtējuma iespējas:

Atzīme **1** nozīmē vienādu svarīgumu, kad divas kritēriju, kritēriju grupas vai alternatīvas mērķa sasniegšanā ir ar vienādu ieguldījumu.

Atzīme **3** nozīmē, ka ir mērens viena pārkums pār otru.

Atzīme **5** nozīmē, ka ir būtisks vai stiprs pārkums.

Atzīme **7** nozīmē nozīmīgu pārsvaru un ir praktiski nozīmīgs.

Atzīme **9** nozīmē ļoti stipru pārsvaru un pārsvars pret otru tiek apstiprināts vispēcīgāk.

Atzīme **2, 4, 6, 8** ir starpvērtības un tiek fiksētas kompromisa gadījumos.

Aicinu izmantot, pēc iespējas, **1, 3, 5, 7 un 9** atzīmes.

1. tabula

**PIEMĒRS:** Kritēriju grupu salīdzināšana

(šis ir piemērs attiecībā uz to, ka ziedojumu piesaiste ir ar pozitīvu dinamiku)

<b>Ziedojumu piesaiste ir ar pozitīvu dinamiku</b>	Studentu, pētnieku intereses	Valsts un pašvaldību intereses	Mecenātu intereses
Studentu, pētnieku intereses	<b>1</b>	7	1
Valsts un pašvaldību intereses	1/7	<b>1</b>	6
Mecenātu intereses	1	1/6	<b>1</b>

Šajā piemērā eksperts studentu, pētnieku intereses vērtē kā būtiski svarīgākas (7) par valsts un pašvaldību interesēm (1/7), studentu, pētnieku un mecenātu intereses ir vērtētas vienādi (1), savukārt valsts un pašvaldību intereses (6) attiecībā pret mecenātu interesēm tiek vērtētas kā svarīgākas (1/6). Līdzīgi jāaizpilda visas tabulas. Matricas ir simetriskas un elementi simetriskajās rūtiņās ir apgriezti. Tāpēc aizpildīt tos **nav** nepieciešams, tas tiks aizpildīts automātiski vēlāk.

Turpmāk ir raksturoti **trīs iespējamie scenāriji** ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku veicināšanā.

**1. scenārijs: 12 valsts dibināto augstskolu fondi turpina darboties ierastā ritmā, neveicot papildus investīcijas (naudas līdzekļu, jaunu sadarbības partneru iesaiste) fondu darbības dinamikas uzlabošanā.**

**2. scenārijs: 12 valsts dibinātie augstskolu fondi aktīvi sadarbojas ar valsts un pašvaldību iestādēm, lai veicinātu pozitīvu ziedojumu piesaistes dinamiku.**

**3. scenārijs: 12 valsts dibinātie augstskolu fondi aktivizē pasākumu kompleksus ar esošajiem un potenciālajiem mecenātiem, veicot naudas investīcijas fondu darbības uzlabošanā un piesaistot jaunus sociālos partnerus ziedojumu piesaistē.**

### 1. uzdevums (1 tabula)

Pēc izveidotās ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku hierarhijas, ekspertiem jāsalīdzina *kritēriju grupas atkarībā no kopējā mērķa* – ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku (ietonēts zaļā krāsā), tā tad, ir jāizvērtē, kuras iesaistītās grupas intereses ir nozīmīgākās ziedojumu piesaistē ar pozitīvu dinamiku. Kritēriju grupu salīdzināšanas rezultātus katrs eksperts ieraksta tabulā, kas izveidota matricas formā, baltajos lauciņos.

1.1. tabula

Kritēriju grupu salīdzināšana

Kritēriji	Grupas		
	Studentu, pētnieku intereses	Valsts un pašvaldību intereses	Mecenātu intereses
Ziedojumu piesaiste ir ar pozitīvu dinamiku			
Studentu, pētnieku intereses	1		
Valsts un pašvaldību intereses		1	
Mecenātu intereses			1

### 2. uzdevums (3 tabulas)

Ekspertiem savstarpēji jāsalīdzina vērtēšanas *kritēriji* katras kritēriju grupas ietvaros attiecībā *pret kopējo mērķi* (ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku).

2.1. tabula

Kritēriju grupas “Studentu, pētnieku intereses” kritēriju salīdzināšana

<b>Studentu, pētnieku intereses</b>	Iespēja studēt un pētīt	Augstāks pašvērtējums	Iespēja pilnvērtīgi pievērsties studiju procesam un pētniecībai	Iespēja iegūt specialitāti un uzlabot pētnieciskos rādītājus	Sevis izaicināšana un pašaplicināšanās
Iespēja studēt un pētīt	1				
Augstāks pašvērtējums		1			
Iespēja pilnvērtīgi pievērsties studiju procesam un pētniecībai			1		
Iespēja iegūt specialitāti un uzlabot pētnieciskos rādītājus				1	
Sevis izaicināšana un pašaplicināšanās					1

2.2. tabula

**Kritēriju grupas “Valsts un pašvaldību intereses” kritēriju salīdzināšana**

<b>Valsts un pašvaldību intereses</b>	Potenciālie izcilie speciālisti	Speciālistu atgriešanās dzīvesvietās	Prestižs	Konkurētspējas palielināšana	Faktori, kas veicina IKP palielināšanos
Potenciālie izcilie speciālisti	1				
Speciālistu atgriešanās dzīvesvietās		1			
Prestižs			1		
Konkurētspējas palielināšana				1	
Faktori, kas veicina IKP palielināšanos					1

2.3. tabula

Kritēriju grupas “*Mecenātu intereses*” kritēriju salīdzināšana

<b>Mecenātu intereses</b>	Vēlme atbalstīt savu augstskolu	Sasaiste ar savu augstskolu	Prestižs	Prakses iespējas uzņēmumos, kas ir mecenāti	Gandarījuma u prieka sajūta ziedojot
Vēlme atbalstīt savu augstskolu	1				
Sasaiste ar savu augstskolu		1			
Prestižs			1		
Prakses iespējas uzņēmumos, kas ir mecenāti				1	
Gandarījuma u prieka sajūta ziedojot					1

**3. uzdevums (15 tabulas)**

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji ziedojumu piesaistei ar pozitīvu dinamiku atkarībā no *katra kritērija* (3 grupas x 5 kritēriji katrā grupā =15) (ietonēts zaļā krāsā).

3.1. tabula

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Iespēja studēt un pētīt*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku atkarībā no katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<b><i>Iespēja studēt un pētīt</i></b>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		

2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

3.2. tabula

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Augstāks pašvērtējums*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku* atkarībā no *katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<i>Augstāks pašvērtējums</i>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		
2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Iespēja pilnvērtīgi pievērsties studiju procesam un pētniecībai*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku atkarībā no katra kritērija (ietonēts zaļā krāsā).

<b><i>Iespēja pilnvērtīgi pievērsties studiju procesam un pētniecībai</i></b>	<b>1. scenārijs Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	<b>2. scenārijs Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	<b>3. scenārijs Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
<b>1. scenārijs Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		
<b>2. scenārijs Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
<b>3. scenārijs Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Iespēja iegūt specialitāti un uzlabot pētnieciskos rādītājus*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku* atkarībā no *katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<i><b>Iespēja iegūt specialitāti un uzlabot pētnieciskos rādītājus</b></i>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		
2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Sevis izaicināšana un pašapliecināšanās*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku* atkarībā no *katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<i><b>Sevis izaicināšana un pašapliecināšanās</b></i>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>

1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		
2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

3.6. tabula

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „Potenciālie izcilie speciālisti”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku* atkarībā no *katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<i>Potenciālie izcilie speciālisti</i>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		
2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1



Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Speciālistu atgriešanās dzīvesvietās*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku* atkarībā no *katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<i>Speciālistu atgriešanās dzīvesvietās</i>	1. scenārijs Fondi turpina darboties ierastā ritmā	2. scenārijs Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm	3. scenārijs Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā
1. scenārijs Fondi turpina darboties ierastā ritmā	1		
2. scenārijs Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm		1	
3. scenārijs Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā			1

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Prestižs*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku* atkarībā no *katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<i>Prestižs</i>	1. scenārijs Fondi turpina darboties ierastā ritmā	2. scenārijs Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm	3. scenārijs Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā
1. scenārijs Fondi turpina darboties ierastā ritmā	1		

2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

3.9. tabula

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Konkurētspējas palielināšana*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku* atkarībā no *katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<i><b>Konkurētspējas palielināšana</b></i>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		
2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

3.10. tabula

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Faktori, kas veicina IKP palielināšanos*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku atkarībā no katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<b><i>Faktori, kas veicina IKP palielināšanos</i></b>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		
2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

3.11. tabula

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Vēlme atbalstīt savu augstskolu*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku atkarībā no katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<b><i>Vēlme atbalstīt savu augstskolu</i></b>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		

2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

3.12. tabula

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Sasaiste ar savu augstskolu*” Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku atkarībā no katra kritērija (ietonēts zaļā krāsā).

<i>Sasaiste ar savu augstskolu</i>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		
2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

3.13. tabula

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Prestižs*”

6. pielikuma turpinājums/ *Continuation of Annex 6*

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku atkarībā no katra kritērija (ietonēts zaļā krāsā).

<b>Prestīžs</b>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		
2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

3.14. tabula

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „Prakses iespējas uzņēmumos, kas ir mecenāti”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku atkarībā no katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<b><i>Prakses iespējas uzņēmumos, kas ir mecenāti</i></b>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		
2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

3.15. tabula

Ziedojumu piesaistes ar pozitīvu dinamiku scenāriju salīdzināšana atkarībā no kritērija „*Gandarījuma un prieka sajūta ziedojot*”

Jāizvērtē trīs alternatīvie scenāriji *ziedojumu piesaiste ar pozitīvu dinamiku atkarībā no katra kritērija* (ietonēts zaļā krāsā).

<b><i>Gandarījuma un prieka sajūta ziedojot</i></b>	1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	2. scenārijs <b>Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>	3. scenārijs <b>Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>
1. scenārijs <b>Fondi turpina darboties ierastā ritmā</b>	1		

<b>2. scenārijs Fondi aktīvi sadarbojas ar valsts, pašvaldību iestādēm</b>		1	
<b>3. scenārijs Fondi veic investīcijas savas darbības uzlabošanā</b>			1

**PALDIES PAR PACIETĪBU UN ATSAUCĪBU!**

Šeit tiek salīdzināti fizisko personu ziedojumi un juridisko personu ziedojumi. Pīrsona korelācijas koeficients un Sig (2-tailed) liecina par to, ka palielinoties vienam, otrs netiek būtiski ietekmēts. Precīzāk, – ja fizisko personu ziedojumi palielinās, tas negarantē to, ka juridisko personu ziedojumi palielināsies un *vice versa*. Šeit gan Pīrsona korelācijas koeficients nav negatīvs un tas liecina – ja viens no mainīgajiem palielinās, tad mazāk vai vairāk palielināsies arī otrs mainīgais.

**Juridisko un fizisko personu ziedojumu dinamika / Correlation of donations from legal entities and individuals**

		ZIEDOJUMI_ FIZISKAS PERSONAS	ZIEDOJUMI_ JURIDISKĀS PERSONAS
ZIEDOJUMI_ FIZISKAS PERSONAS	Pearson Correlation	1	,292*
	Sig. (2-tailed)		0.023
	N	61	61
ZIEDOJUMI_ JURIDISKĀS PERSONAS	Pearson Correlation	,292*	1
	Sig. (2-tailed)	0.023	
	N	61	61
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

*Avots: autores pētījums un konstrukcija*