STUDĒJOŠO ZINĀTNISKI PĒTNIECISKO RAKSTU KRĀJUMS

Sējums 1

Rīga 2023

Studējošo zinātniski pētniecisko rakstu krājums, 2023(1)

ISSN 2500-976; e-ISSN 2500-977X

Studējošo zinātniski pētniecisko rakstu krājumā ir iekļauti Ekonomikas un kultūras augstskolas (EKA) un Alberta koledžas (AK) studējošo un absolventu valsts pārbaudījuma darbu fragmenti, kā arī EKA, AK un citu augstskolu studējošo zinātniskie raksti, kas tika iesniegti uz **Studentu starptautisko zinātniski praktisko konferenci „Studējošo pētnieciskā darbība: teorija un prakse'2023"**.

Sējumā ir iekļauti raksti, kuros ir atspoguļoti Alberta koledžas programmu „Cilvēkresursu vadība", „Uzņēmējdarbība", „Digitālais mārketings" un „Pasākumu producēšana" latviešu plūsmu studējošo veikto pētījumu rezultāti.

Rakstu krājuma galvenā redaktore:

Jeļena Titko / Ekonomikas un kultūras augstskola

Rakstu krājuma atbildīgā redaktore:

Kristīne Užule / Ekonomikas un kultūras augstskola

Rakstu krājuma tehniskā redaktore:

Daila Rutka / Alberta koledža

Rakstu krājuma redaktori:

Inga Šīna / Ekonomikas un kultūras augstskola
Vita Zariņa / Ekonomikas un kultūras augstskola
Jeļena Budanceva / Ekonomikas un kultūras augstskola
Nataļja Verina / Ekonomikas un kultūras augstskola
Ksenija Miļča / Ekonomikas un kultūras augstskola
Edgars Čerkovskis / Ekonomikas un kultūras augstskola
Jurijs Radionovs / Ekonomikas un kultūras augstskola
Sandra Tetere / Alberta koledža
Inese Rutka / Alberta koledža
Ilze Krūmiņa / Alberta koledža
Andrejs Liepiņš / Alberta koledža
Ivars Čivčišs / Alberta koledža

© Ekonomikas un kultūras augstskola, 2023

© Alberta koledža, 2023

Izdevējs:

Ekonomikas un kultūras augstskola

Pērnavas 62, Rīga, LV-1009, Latvija

Saturs

Karīna Rumbeniece, Ingūna Tirzmale. VARDARBĪBAS, MOBINGA IDENTIFICĒŠANA UN NOVĒRŠANAS IESPĒJAS DARBA VIDĒ 5
Sandra Zvirbule. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS NOVĒRŠANAS IESPĒJAS ĀRSTNIECĪBAS IESTĀDĒ 12
Santa Pleikšne. IZGLĪTOJAMO MOTIVĀCIJAS FAKTORI IZGLĪTĪBAS IESTĀDĒ 16
Karlīna Zirne. IEKŠĒJĀS VIDES PILNVEIDE PĀRDOŠANAS UZŅĒMUMĀ 24
Līga Rubulte. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS NOVĒRTĒŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ 30
Liene Maka, Renārs Mareks Uzulniks. IZDEGŠANU IETEKMĒJOŠIE FAKTORI PĀRDEVĒJIEM-KONSULTANTIEM MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 35
Milana Palamara. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS UZŅĒMUMOS LATVIJĀ 41
Anete Karlīna Pole. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS E-KOMERCIJAS UZŅĒMUMĀ 46
Agnese Tomiņa. PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS PILNVEIDE VALSTS AKCIJU SABIEDRĪBĀ 52
Lāsma Vīksna. NEFORMĀLĀS IZGLĪTĪBAS IESTĀDES FINANŠU RĀDĪTĀJU ANALĪZE COVID–19 IETEKMĒ 58
Evita Tomsone. DAUDZVEIDĪGAS, VIENLĪDZĪGAS UN IEKĻAUJOŠAS VIDES VEICINĀŠANAS IESPĒJAS LATVIJAS UZŅĒMUMOS 64
Ilze Purpļeviča. LAUKU TERITORIJĀS DZĪVOJOŠO VIENTUĻO SENIORU LABBŪTĪBAS VEICINĀŠANAS PASĀKUMI 71
Laura Keiva. PAMATLĪDZEKĻU UZSKAITES ORGANIZĀCIJA LATVIJĀ REĢISTRĒTOS UZŅĒMUMOS 77
Madara Alksne, Annija Šibeika. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 84
Raitis Kurpnieks. 2022. GADA NEKUSTAMO ĪPAŠUMU TIRGUS TENDENCES DZĪVOJAMO PLATĪBU SEGMENTĀ RĪGĀ 91
Aivija Kļava. IEKŠĒJAS VIDES PILNVEIDE ATKRITUMU APSAIMNIEKOŠANAS UZŅĒMUMĀ 100
Daniels Švačko. SOCIĀLO MEDIJU KAMPAŅA “LAI SANĀK BŪT ĪSTIEM!” TIRDZNIECĪBAS CENTRA “DOMINA” IZPĀRDOŠANAS AKCIJAI “BAZĀRS” 106
Monta Aleksandra Grīna. PATĒRĒTĀJU IEPIRKŠANĀS PARADUMI TIRDZNIECĪBAS CENTROS 111
Evija Eihvalde. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE SIA “XXX” 118
Imants Matulis. PĀRDOŠANAS STRATĒĢIJAS PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ 124
Iveta Šica. GRĀMATVEDĪBAS UZSKAITES PROCESA PILNVEIDE ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ 132
Solvita Pormale. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ 137
Viktorija Stepurova, Ralfs Veidenbaums. CENU VEIDOŠANAS METODES 141
Madara Ilze Eglīte. CENU VEIDOŠANAS POLITIKA ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ 147

Vineta Lisikova. NODOKĻU IETEKME UZ ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMU SAIMNIECISKO DARBĪBU 155
Žanete Mališeva. KRĀJUMU UZSKAITES PILNVEIDE SPECIALIZĒTO DARBA APĢĒRBU RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ 163
Jānis Vītols. DEBITORU PARĀDU UZSKAITES PROCESA PILNVEIDE PAKALPOJUMU SNIEGŠANAS UZŅĒMUMOS 168
Iluta Baltmane. APDROŠINĀŠANAS KRĀPŠANAS JĒDZIENA PROBLEMĀTIKA 174
Herberts Bruža. PIEGĀDES LĪGUMA NEPIECIEŠAMĪBA LOĢISTIKAS UZŅEMUMOS 185
Egija Pelša. DARBA KOPLĪGUMA IZPRATNES ATTĪSTĪBA 191

Karīna Rumbeniece, Ingūna Tirzmale. **VARDARBĪBAS, MOBINGA IDENTIFICĒŠANA UN NOVĒRŠANAS IESPĒJAS DARBA VIDĒ**

Alberta koledža, studiju programma "Cilvēkresursu vadība", e-pasts: karina.rumbeniece@gmail.com, ingunat@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Covid-19 vīrusa izraisītā pandēmija ieviesa nozīmīgas izmaiņas visdažādākajās uzņēmumu struktūrās, lielā mērā ietekmējot darba organizāciju un cilvēku savstarpējo saskarsmi. Organizācijas kultūra veicina organizācijas stratēģisko mērķu sasniegšanu, piesaista atbilstošos darbiniekus un ļauj identificēt tos darbiniekus, kuri, iespējams, neatbilst pieņemto vērtību īstenošanai, kas ir svarīgs labvēlīgas darba vides priekšnoteikums. Lai personāls uzrādītu stabilus un uz izaugsmi vērstus darba rādītājus, darba devējs ir ieinteresēts nodrošināt tādu darba vidi, kurā darbinieks jūtas komfortabli, netiek apdraudētas indivīda pamatvajadzības – fizioloģiskās, sociālās, pašīstenošanās un vajadzība pēc drošības. Kā jauna un visaptveroša tendence Latvijas darba vidē parādījās attālinātais darbs, kas varētu šķist kā glābiņš ikdienas psiholoģiskās vardarbības jeb mobinga upuriem, taču diemžēl šim fenomenam nav robežu, tas ir pārcēlies arī uz virtuālo vidi. Personāla vadībai ir būtiska loma mobinga pazīmju identificēšanā, novēršanā un drošas darba vides nodrošināšanā visiem nodarbinātajiem. Tādēļ ir svarīgi izpētīt, kādas izmaiņas ir radījusi pielāgošanās Covid-19 pandēmijas laikā izstrādātajiem normatīvajiem aktiem darba vidē, kādu iespaidu tas ir atstājis uz mobinga izpausmēm un kā ir mainījušās darbinieku labbūtības iespējas darba kolektīvos.

Pētījuma mērķis: izpētīt psiholoģiskās vardarbības (mobinga) tendences darba vidē Covid-19 vīrusa pandēmijas izraisīto darba organizācijas pārmaiņu ietekmē un salīdzināt tās ar pirmspandēmijas datiem. Izstrādāt ieteikumus mobinga atpazīšanai un drošas darba vides nodrošināšanai.

Pētījuma metodes: literatūras un zinātnisko rakstu analīze, kvantitatīvais pētījums (anketēšana ar slēgtajiem jautājumiem), statistikas datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: apzināta aktuālā psihoemocionālās vardarbības situācija Latvijas darba vidē. Izstrādāti ieteikumi un īstenojamie pasākumi organizāciju vadībai drošas darba vides nodrošināšanā. Starp galvenajiem priekšlikumiem jāmin ieteikums organizācijām izstrādāt iekšējās sistēmas, piemēram, ētikas kodeksu, darba kārtības noteikumus, nosakot diskrimināciju, mobingu un jebkādu citu ar šo jēdzienu saprotamu vardarbību kā nepieņemamu. Organizāciju vadītājiem izmantot personāla vadītāju potenciālu iesaistīties mobinga problēmu identificēšanā un risināšanā, izvēloties mediācijas, supervīzijas un koučinga metodes.

Atslēgas vārdi: *organizācijas kultūra, ētika, Covid-19, mobings.*

Ievads

Covid-19 pandēmija pasaulē izraisīja lielu satricinājumu sabiedrībā, kas ietekmēja praktiski visus indivīdus un izraisīja nedrošību un neskaidrību par nākotni. Globāli satricinājumi ekonomisko krīžu, lokālu epidēmiju, politisku notikumu, militāru saspīlējumu un karu veidā liek pieņemt, ka mēs dzīvojam lielu pārmaiņu un nenoteiktības laikā, kas cilvēkiem rada grūtības, kas var izraisīt trauksmi un stresu (Altig et al., 2020). Organizācijas kultūra ir īpaši svarīga lielas nenoteiktības laikos, jo tā spēj mazināt trauksmi, kas saistīta ar konfrontāciju ar nekontrolējamiem notikumiem (Schein, 2010).

Covid-19 pandēmijas izraisītās dramatiskās pārmaiņas paātrināja tempu un pastiprināja procesus, kas sākušies jau kopš industriālās revolūcijas laikiem. Pazīstamais amerikāņu rakstnieks un mūsdienu menedžmenta teorijas pamatlicējs Pīters Drukers ir izvirzījis tēzi, ka: "... mēs esam

vienā no tiem lieliskajiem vēstures periodiem, kas notiek ik pēc 200 vai 300 gadiem, kad cilvēki vairs nesaprot pasauli, un pagātne nav pietiekama, lai ar to izskaidrotu nākotni."

Lielu pārmaiņu laiks mudina organizāciju pētniekus meklēt dažādus konkurences priekšrocību avotus. Covid-19 pandēmija ir ne tikai dziļu notikumu un pārmaiņu avots, bet arī lieliska izpētes iespēja, lai pārbaudītu, kā organizācijas kultūra, ar ko saprotam kopējus pieņēmumus, uzskatus un vērtības, reaģē uz plaši izplatītu ārēju notikumu.

Organizācijās un uzņēmumos, kuros ir spēcīga organizāciju kultūra, ir vieglāk pielāgoties izmaiņām apkārtējā vidē, tādējādi mazinot nenoteiktību darbinieku vidū un nodrošinot lielāku veikto darbību koordināciju, tā palielinot organizācijas efektivitāti. Vadības teorija un prakse organizācijas kultūru uzskata par mainīgu lielumu, ar kuru var manipulēt, lai sasniegtu vēlamo stāvokli. Tomēr negribētos piekrist šim pārāk vienkāršotajam uzskatam, jo kultūra tiek radīta un veidota no sarežģītu parādību kopuma, piemēram, sociālās mijiedarbības, sajūtu radīšanas, rituāliem un mītiem. Tāpēc kultūru nevar saprast bez attiecīga konteksta, vēstures un dinamikas (Schein, 2010).

Edgards Šēns, kura darbi un uzskati organizāciju attīstības jomā ir kalpojuši par ierosinājumu un pamatu daudziem pētījumiem, uzskata, ka organizācijas nepieņem kultūru vienā dienā, tā veidojas laika gaitā, darbiniekiem pārdzīvojot dažādas pārmaiņas, pielāgojoties ārējai videi un risinot problēmas. Viņi pārņem savu pagātnes pieredzi un sāk to praktizēt ikdienā, veidojot darba vietas kultūru. Jaunie darbinieki arī cenšas pielāgoties pastāvošajai kultūrai, lai baudītu dzīvi bez lieka stresa. Pētnieks savā organizācijas kultūras modelī izvirza trīs atšķirīgus, savstarpēji saistītus pamatelementus:

1. Artefakti – visvieglāk novērojamais un pieejamākais kultūras līmenis. Pie artefaktiem pieder darba vide, biroja iekārtojums, apģērba kods, valodas stils, emociju demonstrēšana vai apspiešana u. c.
2. Vērtības – darbinieku uzskati un uzvedības pieņēmumi, kas veido organizāciju tēlu.
3. Normas – nerakstīti, nekur nefiksēti uzvedības noteikumi, kas atspoguļo vērtības un organizācijas kultūras būtību. Šis ir visdziļākais līmenis, ko nevar tieši novērot, kā arī normas nav saprotamas bez konkrētās organizācijas vēsturiskā konteksta.

Pagaidām ir salīdzinoši maz publikāciju un pētījumu, kas pievērstos Covid-19 pandēmijas izraisītā ekonomiskā un sociālā šoka ietekmei uz organizācijas kultūru un tās pārmaiņām. Atsevišķās publikācijās, kas skar organizācijas kultūru, lielākoties ir skartas izmaiņas darba vidē un attālinātā darba radītās sekas. Viens no vadošajiem vadības un organizācijas studiju žurnāliem "Journal of Management Studies" aicināja plašu vadības zinātnieku grupu sniegt savus komentārus par to, kādas nopietnas problēmas Covid-19 pandēmija un tās medicīniskā, sociālā un ekonomiskā ietekme radījusi uzņēmējdarbībai, valdībai un sabiedrībai (Spicer, 2020). Vērtīgus novērojumus par organizācijas uzvedības kultūru krīzes laikā ir fiksējusi pētnieku grupa Van Bavel et al. (2020). Pētījumā tika novērota pieaugoša kopīga identitātes izjūta, tai sekojoša pastiprināta sadarbība, noteiktas stingrākas normas un noteikumi, cilvēku labprātīga upurēšanās citu labā, priekšrokas došana vadībai, kas veicina sajūtu "mēs visi esam kopā".

Pētniekiem izdevās identificēt tieši ar Covid-19 pandēmiju saistītus organizāciju kultūras artefaktus, kas nozīmē, ka tie parādījās pandēmijas laikā vai kļuva pamanāmi šajā laika posmā – ērta vide, drošība (fiziska), izplūdušas robežas starp darbu un privāto dzīvi (viena no Covid-19 pandēmijas negatīvajām sekām), kopības sajūta, nav skaidru darba aprakstu, elastīgs darba laiks.

Būtiski mainījās labi zināmie organizāciju ikdienas simboli, piemēram, atvērta plānojuma darba vietas, kurās atrodas cilvēki lietišķā apģērbā, tika aizstātas ar datoru ekrāniem un individuālajiem aizsardzības līdzekļiem. Rituāli, piemēram, tērzēšana biroju virtuvē pie kafijas tases, tika aizstāti ar attālinātajām sapulcēm. Šķiet, ka daudzu organizāciju pamatā esošās vērtības un pieņēmumi ir mainījušies no izpētes un radošuma uz drošību un pastāvību. Šīs dziļās izmaiņas ir liels

izaicinājums vadītājiem, kuriem sev jājautā, kā viņi var veidot uzņēmuma kultūru, lai tā atbilstu jaunajai vides realitātei, kad visi strādā attālināti no mājām.

Ar veselīgu, drošu darba vidi saprot ne tikai fizisku labsajūtu un drošību, obligāta nepieciešamība ir arī emocionāla, psiholoģiska labsajūta, veselība un drošība. Viens no galvenajiem šķēršļiem to sasniegšanai ir emocionālā vardarbība un psiholoģiskais terors, kas pazīstams arī ar jēdzienu mobings. Ar mobingu saprot psiholoģisku teroru, kas izpaužas kā sistēmiska vēršanās pret kādu personu un tās emocionāla pazemošana. Tas tiek definēts kā atkārtota, nepamatota rīcība, kas vērsta pret darbinieku vai darbinieku grupu, kas rada risku veselībai un drošībai. Mobings darba vietā var izpausties dažādos veidos, tostarp kā verbāla, fiziska un psiholoģiska vardarbība. Mobings ir ārkārtējs un būtisks darbinieka tiesību pārkāpums. Starptautiskā darba organizācija ir atzinusi mobingu par nopietnu darba vides apdraudējumu.

Mobinga izpausmes ir: verbāla aizskaršana, draudi, apsaukāšana, izsmiešana, publiska pazemošana, sociāla izolēšana, ignorēšana, baumu izplatīšana, apmelošana, nepamatota vainošana, kritizēšana, pārmērīga kontrole, fiziska aizskaršana, nevēlama seksuāla uzmanība, tīša finansiālu zaudējumu radīšana, darbinieka kompetencei nepiemērota darba došana, informācijas nesniegšana, pārāk liela darba slodze un nereāli tā izpildes termiņi.

Praksē tiek lietoti arī citi jēdzieni kā bosings *(bossing)*, kas ir viena no mobinga izpausmēm, ko realizē kāds no vadītājiem pret kādu no padotajiem, vajāšana *(harassment),* bulijings *(bullying)* – tie visi savā būtībā apzīmē emocionālu vardarbību, kas vērsta pret kādu personu. Angliski runājošo tautu valstīs psiholoģiskās vardarbības darba vietā apzīmēšanai lieto terminu "bulijings", savukārt vairumā Eiropas valstu biežāk ir sastopams termins "mobings".

Klātienes darba formas pārejas uz attālināto darba formu rezultātā īpaši aktualizējies arī kiberbulijings *(cyberbullying)* jeb emocionālā vardarbība, terors, vajāšana, kas notiek interneta vidē un kas var izpausties caur aizskarošu attēlu, video, e-pastu, interneta vietņu, komentāru izveidošanu un izvietošanu privātās sarakstēs un/vai publiskā vidē. Kiberbulijingam (kibermobingam) raksturīga problēma – atšķirībā no klātienes mobinga, kura gadījumā ir iespējams noteikt sistēmiskumu (atkārtošanos), interneta vidē jebkurš publiski izplatīts aizskarošs vēstījums var tikt apskatīts, saglabāts, pavairots neskaitāmas reizes, līdz ar to arī kibermobinga gadījuma sistēmiskums nav noteicošais faktors. Pat vienreizējs uzbrukums interneta vidē var tikt uzskatīts par mobingu.

Esošais darbinieka tiesības aizsargājošs tiesiskais regulējums (Darba likuma 100. panta piektā daļa) paredz darbiniekam tiesības rakstveidā uzteikt darba līgumu, neievērojot noteikto uzteikuma termiņu, ja tam ir svarīgs iemesls. Par šādu iemeslu atzīstams katrs tāds apstāklis, kas, pamatojoties uz tikumības un taisnprātības apsvērumiem, neļauj turpināt darba tiesiskās attiecības. Latvijas tiesu praksē jēdzienu "svarīgs iemesls" saprot ar ētikas normām un tikumības apsvērumiem, piemēram, darbinieka piedzīvotu seksuālo uzmākšanos darbavietā. Darba uzteikums, pamatojoties šajā likuma normā, paredz, ka darba devējam ir pienākums izmaksāt darbiniekam atlaišanas pabalstu. Papildus tas neizslēdz iespēju darbiniekam prasīt morālā kaitējuma atlīdzību un atvainošanos no darba devēja.

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma veikšanai autores izvelējās izmantot kvantitatīvo aptaujas metodi un rezultātu apstrādi, izmantojot datu grafisko analīzi. Balstoties starptautiskos pētījumos, aptaujā tika izmantotas divas metodes – pašanalīzes metode un biheivioralā jeb uzvedības metode. Pašanalīzes metode ietver jautājumu par respondenta subjektīvo uzskatu, vai viņš ir ticis pakļauts mobingam vai arī redzējis, kā tam tiek pakļauts kāds cits noteiktā laika periodā. Aptaujā tika analizēts 3 gadu laika periods (2020. g., 2021. g., 2022. g.), kuru laikā Latvijā tika ieviesti dažādi ar Covid-19 pandēmiju saistīti ierobežojumi un izmaiņas. Noteiktais laika periods tika izvelēts balstoties "Eurofound" ziņojumā par Covid-19 pandēmijas izplatību un ieviestajiem ierobežojumiem Latvijā. 2020. gada martā

Latvijā tika izsludināts pirmais pandēmijas izraisītais ārkārtas stāvoklis. Pēc pētījumu centra SKDS datiem aptaujā par iedzīvotāju personīgo novērtējumu par aizvadīto gadu, 2020. gada vērtējumi ir otri sliktākie kopš 1999. gada. 2020. gada vērtējuma indekss ir –32,4 punkti, salīdzinājumam vēsturiski zemākais rādītājs 2009. gadā ir –51,6 punkti (SKDS 2020). Lai arī 2021. gadā pētījumu centra SKDS gada vērtējumu aptaujas dati uzrāda, ka iedzīvotāju noskaņojums ir pieaudzis līdz –15,7 punktiem (SKDS 2021), tomēr 2021. gadā Covid-19 pandēmijas ietekme Latvijā bija ievērojama. Nākamais ārkārtas stāvoklis tika izsludināts 2021. gada oktobrī uz trim mēnešiem, un tas ietvēra četras nedēļas ilgus pārvietošanās ierobežojumus jeb mājsēdi.

Pašanalīzes metodes aptaujās var tikt sniegta skaidrojoša mobinga definīcija, kuru respondenti var attiecināt uz savu pieredzi, taču tā nav obligāta un tāpat tiek veikti pētījumi, nesniedzot nekādu definējošu aprakstu. Biheiviorālā jeb uzvedības metode, savukārt, mēra mobingu izmantojot slēgtā tipa aptaujas, kuru jautājumi sastāv no konkrētiem uzvedības un situāciju aprakstiem. Atbildes ietver aprakstītās situācijas atkārtošanās biežuma gradāciju no "Reizi dienā vai biežāk" līdz "Nekad". Visbiežāk izmantotā šāda veida aptauja ir "Negative Acts Questionnaire" (NAQ) (tulk. no ang.v. negatīvo darbību aptauja) un īpaši tās pārskatītā versija "Negative Acts Questionnaire – Revised: (NAQ-R) (Einarsen et al., 2009). Parasti respondenti tiek klasificēti kā mobinga upuri, ja tie ir tikuši pakļauti vismaz vienai mobinga darbībai vismaz reizi nedēļā. Lai arī biheiviorālā jeb uzvedības metode tiek uzskatīta par objektīvāko mobinga rādītāju novērtējumu, abas metodes bieži tiek lietotas kopā, pašanalīzes metodi pievienojot aptaujas beigās. NAQ-R aptaujas var izmantot, lai identificētu dažāda līmeņa mobingu, sākot ar retu jeb zema līmeņa mobingu līdz pat augsta līmeņa sistemātiskai vardarbībai. Pētījumu apkopojumos noteikts, ka augstākie mobinga rādītāji tiek uzrādīti pašanalīzes metodes aptaujās bez pievienota mobingu definējoša skaidrojuma, turpretī zemākie rādītāji ir pašanalīzes metodes aptaujās ar pievienotu mobinga definīciju. NAQ aptaujas rezultāti atrodas starp abiem iepriekšminētajiem rādītājiem (Nielsen et al., 2010).

Šī raksta autores veica pētījumu izmantojot NAQ-R aptaujas tipa jautājumus, tulkojot un pielāgojot tos no angļu valodas latviešu valodā. Jautājumi tika sadalīti trīs blokos: 1. Ar darbu saistīts mobings; 2. Ar personu saistīts mobings; 3. Fiziska aizskaršana, vardarbība.

Atsevišķi tika pievienots jautājumu bloks par darba vides un attālinātā darba novērtējumu. Aptaujas beigās tika pievienoti pašanalīzes metodes jautājumi. Pašanalīzes metodes jautājumu atbildēs tika iekļauta iespēja respondentam izvēlēties starp sniegtajiem atbilžu variantiem vai ierakstīt savu atbildi brīvā formā.

Rezultāti

Datu ievākšana veikta elektroniski laika posmā no 2023. gada 9. janvāra līdz 11. janvārim. Aptauja tika izplatīta trim Latvijas valsts pārvaldes iestādēm, kas tika izvēlētas pēc sekojošiem kritērijiem:

a. vienas autores darba vieta, kas ir liels darba devējs;

b. liels potenciālo respondentu skaits, kas var sniegt objektīvu skatījumu uz pētāmo problēmjautājumu;

c. atsaucīgi un ieinteresēti respondenti citās iestādēs.

Kopējais respondentu skaits sastāda 80 cilvēku (no aptuveni 250 uzrunātajiem), no tiem 78 % sievietes un 21 % vīrieši. Izteiktu atbildētāju pārsvaru veido speciālisti (64 %) un vidējā līmeņa vadītāji (26 %), darbinieki ar 10 un vairāk gadu darba pieredzi (74 %), un vecumā no 30–49 (51 %) un 50–64 (31 %) gadiem.

NAQ-R jautājumu bloku Nr. 1 un Nr. 2 rezultāti rāda, ka vidēji 6 % respondentu pēdējo trīs gadu laikā saskārušies ar mobinga izpausmēm reizi nedēļā vai biežāk. 8,5 % reizi mēnesī, 25,5 % retāk

nekā reizi mēnesī un 60 % nav saskārušies ar mobinga izpausmēm. Bloka Nr. 3 rezultātos redzams, ka pēdējo trīs gadu laikā ar vardarbīgām mobinga izpausmēm reizi mēnesī saskārušies 2,3 % respondentu, retāk nekā reizi mēnesī – 12,7 % un 85 % nekad nav ar tām saskārušies.

Ap 79 % respondentu novērtē savu darba vidi un kolēģu savstarpējās attiecības kā labvēlīgas vai drīzāk labvēlīgas.

Strādājot attālināti, 41 % respondentu jutušies mazāk piederīgi savai komandai un 16 % uzskata, ka viņu veikums attālinātā darba laikā ticis zemāk novērtēts, kas tiešā veidā nebūtu sasaistāms ar mobingu, taču psiholoģiskā nedrošība un ievainojamība varētu potenciāli radīt labvēlīgas situācijas mobinga attīstībai.

93 % respondentu uzskata, ka viņi spētu atpazīt mobingu, ja ar tādu saskartos.

62 % ir saskārušies ar mobingu vai redzējuši, kā tam tiek pakļauts kāds cits. No tiem 75 % mobinga situāciju pārrunājuši ar kolēģiem, vadību vai saviem tuviniekiem. 13 % izvēlējās nereaģēt. Aptuveni 4 % respondentu mobinga situācijas lika pamest darbu un tikpat daudzi izvēlējās vērsties pēc palīdzības pie atbalsta speciālistiem.

Secinājumi

Vidējais mobinga un vajāšanas darba vidē 12 mēnešu periodā rādītājs starp Eiropas Savienības valstīm ir ap 5 % 2015. gadā un ap 4 % 2010. gadā. Var secināt, ka šī pētījuma rezultāti (vidēji 6 % respondentu pēdējo trīs gadu laikā ir saskārušies ar mobinga izpausmēm reizi nedēļā vai biežāk) ir ticami un varētu norādīt uz nelielu mobinga pieaugumu, salīdzinot ar pirmspandēmijas laika rādītājiem, tomēr padziļinātai izpētei ir nepieciešams plašāks respondentu loks, kā arī dažādi datus ietekmējoši apstākļi nav ļāvuši darba autorēm atklāt pārliecinošu korelāciju starp Covid-19 pandēmijas izraisītajām pārmaiņām darba vidē un mobinga rādītājiem. Kā vēl viens nopietns šķērslis pētījuma datu analīzei jāatzīmē salīdzinošo datu par mobinga fenomenu Latvijas darba vidē trūkums.

Tomēr sasniegtie rezultāti pārliecinoši ļauj secināt, ka mobings ir reāla un būtiska darba vidi ietekmējoša problēma arī Latvijas valsts pārvaldes iestādēs. Pēdējo trīs gadu laikā 62 % lielākā vai mazākā mērā ir bijuši saskarsmē ar mobingu un tajā pašā laikā ap 29 % izjutuši negatīvas attālinātā darba sekas.

Covid-19 pandēmijas izraisītā globālā izplatība daudzu nozaru vadītajiem ir radījusi būtiskas problēmas, savukārt, organizāciju pārmaiņu pētniekiem ir pavēries ārkārtīgi plašs izpētes lauks. Viens no būtiskajiem jautājumiem, ko uzdot turpmāko darbu izstrādē būtu, cik noturīgas ir organizācijas kultūras, kad notiek plaša mēroga sabiedrības satricinājumi? Kuras kultūras sastāvdaļas tiek pārveidotas un kuras tiek saglabātas un kādā veidā izdodas tās saglabāt? Rūpīgu izpēti būtu pelnījis arī Latvijā līdz šim tik plaši neizmantotais attālinātā jeb elastīgā darba laika fenomens organizāciju kultūras kontekstā. Vai ir iespējams pārnest kultūru no fiziskas darba vides uz virtuālā darba nemateriālo pasauli? Vai strādājot attālināti, kad cilvēki fiziski ir nošķirti viens no otra, ir iespējams veidot un uzturēt kolektīva kultūru? Ievērības cienīga būtu arī kultūras pārmaiņu ietekmes uz indivīdiem izpēte, kā kultūras pārmaiņas ietekmē cilvēku identitāti, emocijas un labklājību, kādu ietekmi pārmaiņas atstāj uz organizāciju makro un mikro grupām.

Priekšlikumi

Darba devējiem ir svarīgi pievērsties mobingam darba vietā un radīt drošu un iekļaujošu darba vidi visiem darbiniekiem. Papildus ietekmei uz darbiniekiem mobings darba vietā var radīt negatīvas sekas arī uzņēmumam. Pētījumos noteikts, ka mobings var izraisīt produktivitātes samazināšanos, paaugstināt darba kavējumu rādītājus un radīt augstu darbinieku mainības līmeni, negatīvi ietekmēt organizācijas reputāciju, kā arī mazināt iespēju piesaistīt un noturēt darbiniekus. Priekšlikumi mobinga apkarošanai darba vidē var ietvert organizācijas politikas ieviešanu, kas

padara iespējamu mobinga situāciju apzināšanu, drošu ziņošanu, iespējas šādu situāciju risināšanai, apmācību un resursu nodrošināšanu darbiniekiem un vadītājiem, kā arī atbalsta speciālistu piedāvāšanu tiem, kurus skāris mobings. Izmantojot proaktīvu pieeju mobinga novēršanai un apkarošanai, darba devēji var rosināt labbūtību darba vietā un veicināt darbinieku un vadītāju savstarpējo uzticību un cieņu.

Darba devējiem ir gan juridiska, gan morāla atbildība nodrošināt saviem darbiniekiem drošu un veselīgu darba vidi, kas ietver mobinga atpazīšanas un novēršanas pasākumus.

Priekšlikumi un ieteikumi organizācijām mobinga situāciju mazināšanai:

1. Gan likumdevēja, gan organizācijas līmenī attīstīt un pilnveidot darbinieku tiesību aizsardzības mehānismus, kas būtu piemērojams arī mobinga gadījumos.
2. Izvērst organizācijās kampaņas emocionālās vardarbības atpazīšanai, vēršot darbinieku uzmanību uz šo fenomenu. Kā piemēru var minēt "Informēts, tātad pasargāts", "Neklusē" tipa kampaņas.
3. Rosināt organizācijās darbinieku un visu līmeņu vadītāju apmācības par mobinga atpazīšanu un rīcību mobinga situācijās.
4. Organizācijām, izstrādājot iekšējās sistēmas (piemēram, ētikas kodeksu, darba kārtības noteikumus), nepārprotami definēt diskrimināciju, mobingu un jebkādu citu ar šo jēdzienu saprotamu vardarbību kā nepieņemamu.
5. Organizāciju vadītājiem izmantot personāla vadītāju potenciālu iesaistīties mobinga problēmu identificēšanā un risināšanā, izvēloties mediācijas, supervīzijas un koučinga metodes.
6. Organizācijas personāla vadītajiem izpētīt savas darba vides mobinga faktorus, piemēram, veicot darbinieku aptaujas. Noteikt, kur un kā notiek mobinga situācijas. Izvērtēt, vai ir iespējams ar vides vai organizācijas kultūras ietekmi mazināt mobinga izpausmes.
7. Atbildīgajiem vadītājiem ieviest pasākumus komandas saliedēšanai un savstarpējās uzticības vairošanai organizāciju darbinieku vidū. Izmantojot komandas saliedēšanas tehnikas, iespējams, attīstīt komandas komunikācijas spējas, plānošanu, problēmu un konfliktu risināšanu. Regulāra komandas saliedēšanas ieviešana var sniegt ilgtermiņa rezultātus komandas attīstībā, veicinot cilvēcīgāku un draudzīgāku saikni starp komandas biedriem.
8. Mobinga apkarošanai darba vidē, organizāciju vadībai jārīkojas izlēmīgi, pēc iespējas nekavējoties sniedzot atbalstu cietušajam, kā piemēram, juridisko, psiholoģisko un emocionālo palīdzību, kā arī veicot uzņēmuma iekšējo izmeklēšanu situācijas noskaidrošanai. Stingra vēršanās likuma normu ietvaros pret varmāku un/vai varmākām apliecinās, ka vardarbība organizācijā netiek tolerēta.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Altig, D., Baker, S., Barrero, J. M., Bloom, N., Bunn, P., Chen, S., Davis, S. J., Leather, J., Meyer, B., Mihaylov, E., Mizen, P., Parker, N., Renault, T., Smietanka, P., & Thwaites, G. (2020). Economic uncertainty before and during the COVID-19 pandemic. Journal of Public Economics, 191(4), 104274. Pieejams: https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104274
2. Einarsen, S., Hoel, H., & Notelaers, G. (2009). Measuring exposure to bullying and harassment at work validity, factor structure and psychometric properties of the negative acts questionnaire-revised. Work & Stress, (23), 24–44. Pieejams: https://doi.org/10.1080/02678370902815673

3. Nielsen, K., Randall, R., Holten, A.-L., & Gonzalez, E. R. (2010). Conducting organizational-level occupational health interventions: What works? An International Journal of Work, Health & Organizations, 24(3), 234–259. Pieejams: https://doi.org/10.1080/02678373.2010.515393
4. Sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS (2020). Vērtējot, kāds 2020. gads ir bijis personiski, tikai 2009. gads ir ticis novērtēts sliktāk. Pieejams: https://www.skds.lv/docs/1414/Personigi_bija_122020.pdf
5. Sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS (2021). *Vērtējot, kāds personiski ir bijis 2021. gads, gandrīz katrs trešais atzīst, ka tas ir bijis sliktāks par iepriekšējo.* Pieejams: https://www.skds.lv/docs/1414/Personigi_bija_122021.pdf
6. Schein, E. H. (2010). Organizational culture and leadership. San Francisco: Jossey-Bass.
7. Spicer, A. (2020). Organizational culture and COVID-19. Journal of Management Studies, 57(8), 1737–1740. Pieejams: https://doi.org/10.1111/joms.12625
8. Van Bavel, J. J., Baicker, K., Boggio, P. S., Capraro, V., Cichocka, A., Cikara, M., Crockett, M. J., Crum, A. J., Douglas, K. M., Druckman, J. N. Drury, J., Dube, O., Ellemers, N., Finkel, E. J., Fowler, J. H., Gelfand, M., Han, S., Haslam, S. A., Jetten, J., Kitayama, S., Mobbs, D., Napper, L. E., Packer, D. J., Pennycook, G., Peters, E., Petty, R. E., Rand, D. G., Reicher, S. D., Schnall, S., Shariff, A., Skitka, L. J., Smith, S. S., Sunstein, C. R., Tabri, N., Tucker, J. A., van der Linden, S., Van Lange, P. A. M., Weeden, K. A., Wohl, M. J. A., Zaki, J., Zion, S. & Willer, R. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. Nature Human and Behavior, 4(5), 460–471. Pieejams: https://doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z

Sandra Zvirbule. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS NOVĒRŠANAS IESPĒJAS ĀRSTNIECĪBAS IESTĀDĒ

Alberta koledža, studiju programma "Cilvēkresursu vadība", e-pasts: sanchozv@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: profesionālā izdegšana skar dažādu profesiju pārstāvjus un amatus. Bieži vien cilvēki neapzinās, kāpēc pēkšņi parādās apātija, nogurums utt. Mainot motivāciju uzņēmumā un iepazīstinot darbiniekus ar iespējamiem simptomiem, mainītos darba ņēmēju pašsajūta. Cilvēks savā izvēlētajā profesijā sastopas ar garām darba stundām, ar spiedienu no darba devēja puses, jo "vajag vairāk un labāk" (Spuntele-Kondrjakova, Starts, 2021), kas rezultējas ar nevēlēšanos iet uz darbu, pastāvīgu fizisku un emocionālu nogurumu. Pieslēdzas psihosomatika, cilvēks sāk slimot, kas noved pie darbinieku mainības uzņēmumā (Rīgas Stradiņa universitātes Darba drošības un vides veselības institūts). Mainot attieksmi pret darba ņēmēju un darba slodzi, tas pozitīvi atsauksies uz darbinieka veselību un vēlmi ieguldīties uzņēmuma labā.

Pētījuma mērķis: izpētīt izdegšanas sindroma pazīmes ārstniecības iestādē un izstrādāt priekšlikumus pilnveidei.

Pētījuma metodes: loģiski-konstruktīvā metode, datu analīze, kvantitatīvā pētījuma metode.

Sasniegtie rezultāti: pētījums pierāda, ka darbs saskarsmē ar cilvēkiem ir vairāk pakļauts profesionālās izdegšanas sindromam. Pēc aptaujas rezultātiem, kur par pamatu tika ņemti Maslačas izdegšanas teorijas jautājumi, tika secināts, ka palielinoties emocionālai pārslodzei, nogurumam, palielinās neapmierinātība ar savu darbu. Lai veicinātu darbinieku labsajūtu, ir jāmaina darba organizācija, veltot laiku atpūtas brīžiem, piesaistot psihologus, kā arī organizējot kopīgus pasākumus darbā.

Atslēgas vārdi*: izdegšana, slodze, emocionāls izsīkums, stress.*

Ievads

Šis ir laikmets, kad nereti vienam darbiniekam tiek uzlikta pārāk liela darba slodze. Teju no katra tiek prasīts nesamērīgs, atbildības pilns un intensīvs darbs. Augsti darba standarti, neatbilstošs materiālais un ne mazāk svarīgais garīgais novērtējums, mazs sociālais atbalsts ir mūsdienu galvenie izdegšanas sindroma priekšnoteikumi (Zariņa, 2005). Tā ir raksturīga tieši emocionālai izdegšanai, kas pasliktina veselības stāvokli, kad pēkšņi darbinieks nerod prieka sajūtu, zūd emocionālā stabilitāte un parādās vienaldzība pret apkārtējiem, t.sk. tuviniekiem, un iezīmējas arī vienaldzība pret savām vajadzībām, ļoti nemanāmi izmainās prioritātes. Izdegšanas sindromu veicina arī tādas personīgās iezīmes kā paaugstināta atbildības izjūta, perfekcionisms.

Ar izdegšanas sindromu skarto cilvēku skaits no gada uz gadu palielinās, tādēļ šis jautājums tiek pētīts arvien.

Pētījuma mērķis ir izpētīt izdegšanas sindroma pazīmes ārstniecības iestādē un izstrādāt priekšlikumus pilnveidei. Lai sasniegtu mērķi, tika izvirzīti sekojoši uzdevumi: zinātniskās literatūras analīze, aptaujas izveide, aptaujāt 16 respondentu atlasi, aptaujas veikšana, aptaujas rezultātu analīze (Spuntele-Kondrjakova, Starts, 2021).

Veidojot pētījumu, tika pielietotas sekojošas pētījuma metodes: loģiski-konstruktīvā metode – izdarot secinājumus, analizējot rezultātus; kvantitatīvā pētījuma metode – veicot aptauju ar slēgtiem jautājumiem; analīze – iegūto datu analīze.

Analītiskais apskats

Analītiskajā apskatā tiks pētīti stresa faktori un profesionālā izdegšana. Stress notiek organismam adaptējoties jauniem apstākļiem, kā arī tā ir emocionāla reakcija uz dažādiem nelabvēlīgiem faktoriem, tie varbūt kā iekšējie, tā arī ārējie. Darba stress rodas, ja darba prasības neatbilst darbinieka iespējām, resursiem vai vajadzībām. Šāda veida stress var izraisīt veselības problēmas un dažādas traumas darbā. Var piekrist, ka darba stress rodas mijiedarbojoties darbinieku un darba apstākļu kopsummā. Darba apstākļi, kas var izraisīt stresu: prasības nesamērojamas ar darba slodzi, reti atpūtas pārtraukumi, ilgas darba stundas, kā arī darbs nakts stundās; darbinieku līdzdalības trūkums lēmumu pieņemšanā, slikta komunikācija organizācijā; ģimenei draudzīgas politikas trūkums; starppersonu attiecības, slikta sociālā vide, kolēģu un vadītāju atbalsta vai palīdzības trūkums; pretrunīgas vai neskaidras darba cerības, pārāk liela atbildība, pārāk daudz lomu vienlaicīgi; karjeras bažas, darba nedrošība un izaugsmes vai paaugstināšanas iespēju trūkums; straujas pārmaiņas, kurām darbinieki nav gatavi; nepatīkami vai fiziski bīstami apstākļi.

Ņemot vērā augstākminēto, top skaidrs, ka stress ir iespējams jebkurā darba vietā vai nozarē – tikpat labi augstu amatu ieņemošam cilvēkam, pārdevējam vai ārstniecības personālam. Ir būtiski noteikt galvenos stresa izraisītājus, kā arī mēģināt apjaust, kādi ir katra nodarbinātā individuālie resursi un kā tos iespējams atjaunot. Būtiskākie un biežāk sastopamie stresa izraisītāji darba vidē, kas kombinācijā ar katra konkrētā nodarbinātā spējām, izsauc vai nu eistresu (ko dēvē par pozitīvo stresu, kas tomēr palīdz savākties un adaptēties), vai distresu (kas rada organisma pretošanās spēju izsīkšanu).

Stresa faktoru ietekme var veicināt dažādu nevēlamu vai pat bīstamu paradumu attīstību, smēķēšanas vai alkohola pārmērīgu lietošanu vai aizraušanos ar ekstrēmiem sporta veidiem. Nereti šīs nodarbes nesniedz cerēto efektu, kas galu galā noved pie izdegšanas sindroma. Viedokļi par to, kas īsti ir izdegšanas sindroms, atšķiras, tomēr parasti par šādu stāvokli dēvē ilgstoša stresa rezultātā radušos fiziskās un garīgās veselības stāvokli (Vaine, 2019). Tam raksturīgās tipiskākās pazīmes ir: garastāvokļa svārstības; apātiska uzvedība, nespēja izjust emocijas; tiek izlaisti paredzētie pārtraukumi darba laikā; tiek strādātas virsstundas, jo nespēj tikt galā ar darba apjomu; izmainās cilvēka uzvedība; nespēja psiholoģiski atbrīvoties; pieaug aizkaitināmība, kas pāraug atkarībā no vielām, kas palīdz īslaicīgi aizmirsties; atbildības pārmaiņas attieksmē pret darbu un veicamiem pienākumiem; zūd vēlme turpināt iesākto karjeru izvēlētajā nozarē; pazeminās darbspēja un efektivitāte; pieaug kavējumi un pieaug slimības lapu izmantošana; arvien vairāk ir drūmu domu, pašvērtējuma krišanās; parādās spontānas agresivitātes un dusmu lēkmes.

Ilgstoša stresa iedarbība var atstāt ietekmi uz citu slimību attīstību, ko pats var pat nenojaust – tās mēdz dēvēt par psihosomatiskajām slimībām: smadzenes un nervu sistēma: enerģijas zudums, hronisks izsīkums, galvassāpes, reiboņi, izmisuma sajūta, nomāktība, nervozitāte, aizkaitināmība un dusmas, grūtības koncentrēties un atmiņas traucējumi, bezmiegs vai miega traucējumi, psihiskās saslimšanas (piem., panikas lēkmes, depresija u.c.); sirds un asinsvadu sistēma: tahikardija, sirdsklauves, hipertensija, aterosklerozes attīstība, infarkta risks; gremošanas sistēma: kuņģis (vēdergraizes, slikta dūša, ķermeņa masas pieaugums, palielināta vai samazināta apetīte, čūlas, asiņošanas u.c.), zarnas (diareja, aizcietējumi, kairināto zarnu sindroms, viscerālās (abdominālās) sāpes); endokrīnā sistēma – aizkuņģa dziedzeris: cukura (glikozes) līmeņa svārstības, palielinās insulīna rezistence, paaugstināts 2. tipa cukura diabēta risks; reproduktīvā sistēma: sievietēm – pāragras dzemdības, pazemināta seksuālā tieksme, neregulāras vai sāpīgas menstruācijas; vīriešiem – impotence, zema spermas produkcija, pazemināta seksuālā tieksme.

Āda: akne, psoriāze, ekzēma u.c. Tās ir plaši izplatītas un labi pazīstamas, piemēram – bronhiālā astma, čūlainais kolīts, esenciāla hipertonija, neirodermīts, reimatoīdais artrīts, divpadsmitpirkstu zarnas čūla un anoreksija. To izcelsme balstās apstāklī, ka ilgstoša stresa gadījumā simpatoadrenālā sistēma atrodas pastāvīgā uzbudinājumā un ķermenī veidojas ilgstošs stresa hormonu disbalanss (pārpalikums), un rezultātā cilvēks saslimst, piemēram, ar hipertoniju.

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma gaitā izmantotas loģiski konstruktīvā, datu analīze un kvantitatīvā pētījuma metodes. Praktiskajā pētījumā darba autore par pamatu ņēma Maslačas Profesionālās izdegšanas aptaujas veidlapu (Vaine, Psihoemocionālā labklājība darba vietā un stresa menedžments, 2019). Aptaujas forma izvēlēta, jo ietver emocionālo izsīkumu, depersonalizāciju un personīgos sasniegumus. Aptauja tika veikta no 2022. gada 10. decembra līdz 17. decembrim. Tajā tika uzrunāti 16 respondenti, tomēr atbildes tika saņemtas 10. Saskaņā ar pētījuma tēmu un mērķi, aptaujā piedalījās veselības aprūpes jomā strādājošie. Anketas tika izplatītas ar administrācijas palīdzību. Datu apkopošanā tika izmantota "Microsoft Office" programmatūra. Masalačas profesionālās izdegšanas aptauja tika veikta, lai noteiktu darbinieku emocionālo izsīkumu, depersonalizācijas līmeni, personīgo sasniegumu līmeni un darba spējas.

Atbilžu uz jautājumiem 1, 2, 3, 6, 8, 13, 14, 16, 20 kopsumma liecina par emocionālā izsīkuma pakāpi:

- 0–15 – zems; 16–24 – vidējs; 25 un vairāk – augsts.

Atbilžu uz jautājumiem 5, 10, 11, 15, 22 kopsumma nosaka depersonalizāciju:

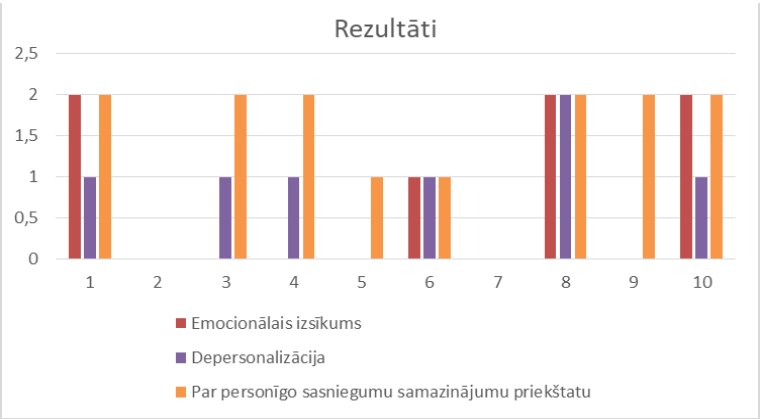
- 0–5 – zems depersonalizācijas līmenis; 6–10 – vidējs; 11 un vairāk – augsts.

Par personīgo sasniegumu samazinājumu priekšstatu dod atbildes uz jautājumiem 4, 7, 9, 12, 17, 18, 19, 21. Ja kopsumma ir:

- 37 un vairāk –tas liecina, ka darbspējas un profesionālie sasniegumi ir labā līmenī;
- 31–36 balles – vidējā līmenī;
- 30 un mazāk – jums ir samazinātas darbspējas, par ko liecina zems personīgo sasniegumu līmenis.

Pētījuma rezultāti

Izvelētās darba grupas stresa un izdegšanas izpētē piedalījās 10 veselības aprūpes jomā strādājošie darbinieki un izvēlēta Maslačas Profesionālās izdegšanas aptauja. Apkopojot anketas datus, autore secina, ka trīs darbiniekiem izsīkuma līmenis ir paaugstināts, vienam darbiniekam tas ir vidējs. Šiem pašiem darbiniekiem ir vērojama depersonalizācija un zems darbaspēju līmenis. Pārējiem darbiniekiem depersonalizācijas līmenis ir zems (4 dalībnieki) vai vidējs (5 darbinieki). Tikai diviem grupas dalībniekiem darbaspējas un profesionālie sasniegumi ir augstā līmenī, tāpat diviem tas ir vidējs, bet pusei grupas ir samazinātas darbaspējas, par ko liecina zems personīgo sasniegumu līmenis (skat.1. att.).



1. att. Aptaujas rezultātu apkopojums (Zvirbule, 2022)

No aptaujas rezultātiem var secināt, ka darbiniekiem ir paaugstināts stresa līmenis darbā, pastāv izdegšanas risks un grupas dalībniekiem nav izstrādāta konstruktīva pašregulācija un rīcība stresa situācijās, kas var izraisīt konfliktus pastiprinot stresu darbavietā. Izvērtējot aptauju rezultātus, jāsecina, ka neapmierinātība minētajos aspektos veicina izdegšanu grupas dalībniekiem, kas negatīvi ietekmē visu darba grupu un iespējas sasniegt tai uzstādītos mērķus. Tāpat izdegšanu pastiprina arī emocionālās inteliģences trūkums un nespēja objektīvi rīkoties stresa situācijās.

Secinājumi

Darba grupā ir vērojams augsts stresa līmenis ar izdegšanas pazīmēm vairākiem darbiniekiem, ko rada darbinieku emocionālās inteliģences trūkums, kas faktiski ir galvenā darba grupas problēma, kuru steidzami nepieciešams risināt, jo tā var izraisīt konfliktus, pastiprinot stresu darbavietā. Papildus veiktajam pētījumam, nākotnē būtu nepieciešams papildu pētījums par apmierinātību ar darbu (aptauja "Spector"), lai noskaidrot darbinieku attieksmi pret darbu un dažādiem darba aspektiem. Lai mazinātu stresa līmeni, struktūrvienību vadītājiem jāpārskata algas darbiniekiem vismaz reizi gadā, jāpiešķir veselības apdrošināšana. Tāpat jāpārskata atlaižu politika iestādes maksas pakalpojumiem, lai vairotu kopējo apmierinātību un mazinātu darbinieku stresa faktorus, kas saistīti ar finansēm.

Personālam nepieciešama detalizētāka darba grupas psiholoģiskā izpēte, lai varētu atklāt visus sociāli psiholoģiskos stresa rašanās aspektus un izstrādāt maksimāli efektīvu pasākumu plānu darba grupas dalībnieku stresa un izdegšanas mazināšanai, darbaspēju un motivācijas paaugstināšanai.

Atbilstoši teorijai stresa mazināšanai darba vietā primāri nepieciešams iemācīties atjaunot savu emocionālo līdzsvaru un trenēt emocionālo inteliģenci, nepieciešams piesaistīt psihologu darbam ar grupu, kas pakāpeniski palīdzēs darbiniekiem iemācīties koncentrēties uz darba un dzīves pozitīvajiem aspektiem, izvērtēt situāciju pirms pārsteidzīgas rīcības, kā arī citas noderīgas pašregulācijas tehnikas, piemēram, savu kļūdu atzīšana un risinājumu meklēšana, tā vietā lai izvairītos no problēmas. Jāorganizē darba grupas atpūtas pasākumi un fiziskas aktivitātes, piemēram, grupu nodarbības pie fizioterapeita 2 reizes nedēļā, elpošanas nodarbības.

Izmantotā literatūra un avoti

1. Ekspertu padomi (2020). Izdegšana, kā ar to cīnīties? [skatīts 25.12.2022.]. Pieejams: https://healthtravellatvia.lv/izdegsana-ka-ar-to-cinities
2. Rīgas Stradiņa universitātes Darba drošības un vides veselības institūts (2017). Stress darba vietās. [skatīts 16.11.2022.]. Pieejams: http://stradavesels.lv/Uploads/2018/03/05/328_2017_Atgadne_stress_darba_vietas.pdf
3. Spuntele-Kondrjakova, M., Starts, K., RSU (2021). Izdegšanas sindroms skolotāju vidū. [skatīts 25.11.2022.]. Pieejams: https://dspace.rsu.lv/jspui/handle/123456789/5276
4. Vaine, I. (2019). Psihoemocionālā labklājība darba vietā un stresa menedžments. [skatīts 22.11.2022.]. Pieejams: https://www.talakizglitiba.lv/sites/default/files/2020-01/66_Stresa%20menedzm_21.10.2019.pdf
5. Zariņa, E. (2005). Izdegšanas sindroms. [skatīts 22.11.2022.]. Pieejams: https://medicine.lv/raksti/izdegsanas-sindroms

Santa Pleikšne. IZGLĪTOJAMO MOTIVĀCIJAS FAKTORI IZGLĪTĪBAS IESTĀDĒ

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība", e-pasts: santapleiksne@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: pētāmā uzņēmuma mācību centra sekmīgai darbībai un attīstībai ir nepieciešama sakārtota un viegli saprotama iekšējā uzņēmuma organizācija un jābūt izstrādātam izglītojamo motivēšanas plānam. Mācību centra sekmīgai attīstībai un izaugsmei galvenais faktors ir zinoši un kvalificēti pedagogi, kas spēj realizēt kvalitatīvu mācību procesu izglītojamiem. Centrālā statistikas pārvalde (CSP) veica datu ieguvi par Latvijas iedzīvotāju izglītošanos gan regulārās izglītības iestādēs, gan apmeklējot kursus, seminārus, konferences. Informācija iegūta 2016./2017. gadā, aptaujājot iedzīvotājus vecumā no 25 līdz 64 gadiem. Izpētot šos datus, autore secina, ka 2016./2017. gadā pieaugušo izglītībā piedalījās lielākoties sievietes, vīrieši savu dalību bija pieteikuši mazāk. Kā arī, pētot datus par apakšizglītību, visvairāk iedzīvotāji izvēlās mācīties pēc vidējās izglītības iegūšanas un, kas dažādu apstākļu dēļ nav uzsākuši mācības augstskolās. Arī pēc autores novērojumiem, strādājot izglītības iestādē, arī šobrīd vairums izglītojamo ir sievietes, kas aktualizē jautājumu par motivēšanas pasākumu pielietošanu izglītības jomā, lai veicinātu izglītojamo zināšanu, prasmju apguvi, vienlaikus nodrošinot stabilu klientu plūsmu mācību centram.

Pētījuma mērķis: izpētīt mācību centra izglītojamo motivācijas līmeni, identificējot motivāciju pazeminošos elementus, lai izstrādātu priekšlikumus situācijas uzlabošanai.

Pētījuma metodes: analīze un sintēze, kvantitatīvā metode, loģiski-konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: izstrādātas metodes izglītojamo motivācijai. Kā viens no būtiskākajiem priekšlikumiem jāmin tas, ka mācību centram vajadzētu sastādīt stratēģiju, kā virzīt mācību programmas tirgū, iesaistot darba devējus, kas varētu sniegt priekšlikumus savu darbinieku atbalstam mācībās; sastādīt rīcību scenārijus dažādam sistēmām; pielietot mācībās KOUČINGA vai SUPERVĪZIJAS metodes. Šīs lietas varētu palīdzēt uzlabot izglītojamo motivāciju pilnveidot savas zināšanas un sekmīgi absolvēt mācības, bet būtiski ir arī neaizmirst par saviem darbiniekiem, pilnveidot to zināšanas, lai tie varētu efektīvāk konsultēt un sniegt atbalstu izglītojamajiem mācību procesā.

Atslēgas vārdi: *motivācija, mācību centrs, izglītojamie.*

Ievads

Katra sekmīga mācība centra darbībai ir nepieciešami izglītojoši un motivēti darbinieki un izglītojamie. Tāpat kā darbiniekiem darbības procesā ir nepieciešama motivācija, tā arī izglītojamajiem. Motivācija iedalās divās lielās sadaļās – IEKŠĒJĀ un ĀRĒJĀ. IEKŠĒJĀ motivācija ir tā, kas rodas pati no sevis, kad persona veic darbības tikai tāpēc, ka tas patīk, negaidot par to nekādu apbalvojumu vai finansiālu samaksu. ĀRĒJĀ motivācija ir veikt kādu darbību, saņemot par to atlīdzību. Nesaņemot atlīdzību, ārējā motivācija var ātri izzust un rasties demotivācija. Akcentējot pieaugušo motivāciju mācīties, būtiska ietekme ir ārējiem motivācijas faktoriem, atbalstam no ģimenes, darba devējam un pedagogam, kas atbalsta, uzklausa un sniedz padomu brīžos, kad izglītojamais sajūt mācību motivācijas trūkumu. Pedagogs ir galvenā persona, kas var radīt interesi par konkrēto mācību procesu. Pedagogam ir jābūt pārliecinošam un jāiesaista izglītojamos diskusijās, padarot mācību procesu saistošu. Lielu jomu mācībās spēlē cilvēka bailes no nezināmā vai pašsaprotama uztvere uz lietām. Bieži vien ir tā, ka cilvēks uzsāk mācības motivēts, apņēmības pilns, bet mācību vidū sāk šaubīties, vai ieguldītais laiks ir to vērts, sāk parādīties problēmas ģimenē, darbā, šo ietekmju vadīts pēkšņi vairs nespēj pieķerties darāmajiem

darbiem. Kad izglītojamie ir aptvēruši to, ka pārmaiņas sāk notikt, daļa no tiem var izjust bailes par to, kas viņus sagaida, vai tiešām vīrs, bērns vai darba devējs viņu atbalstīs. Vēl daļa no izglītojamiem bieži vien kļūst dusmīgi vai aizvainoti saņemot zvanu no mācību centra, to izrādot dažādos veidos. Kamēr daļa cilvēku šīs dusmas paturēs sevī, šajā procesā, kad ir motivācijas trūkums, nereti izglītojamie paliek uzvilkti un viegli aizkaitināmi. Šis brīdis ir ļoti nozīmīgs gan mācību centram, gan izglītojamajam, šajā brīdi ir jācenšas atrast kompromisu starp mācībām un ikdienas dzīvi, tāpēc autores pētījuma mērķis ir izzināt, kurš faktors visvairāk ierobežo izglītojamo motivāciju mācīties un apgūt jaunas prasmes.

Analītiskais apskats

Pēdējo pāris gadu laikā pieaugušo izglītības jomā ir bijušas vērienīgas pārmaiņas. Līdz ar pandēmijas iestāšanos ir ievērojumi jūtams izglītojamo motivācijas trūkums mācību procesā pieaugušo vidē. Šobrīd Latvijā un visā Eiropas savienībā cenšas ieviest mūžizglītības moduli, kas sevī ietver patstāvīgo pieaugušo mācību procesu, kas balstās uz mainīgajām izglītības prasībām darba tirgū, pieaugušo izglītības process nav saistīts ar konkrētu vecuma posmu, bet gan drīzāk ar motivāciju atgriezties izglītības procesā pēc ilgstošas mācību pauzes, lai iegūtu vai atjaunotu jau esošās zināšanas un pilnveidotu savas kompetences. Šobrīd, 21. gadsimtā, kad ekonomiskā situācija valstī nav stabila, pieaugušajam ir jātiek galā ar visu – darbs, privātā dzīve, intereses, ģimene un citas ļoti svarīgas lietas. Cilvēks savu dzīvi pavada tādā kā aplī, pa kuru riņķo, baidoties no tā izkāpt jeb kaut ko mainīt, jo nejūt, ka viņš tiks atbalstīts un uzklausīts. Strādājot pieaugušo izglītības jomā, esmu novērojusi, ka bieži vien darba devēji ierobežo darbinieku iespējas iesaistīties izglītībā, jo nevēlas, lai tie mācās darba laikā, neizprotot, ka mācīties darba laikā ir ļoti nozīmīgi darbinieku pilnveidei, pašizaugsmei un emocionālajam līdzsvaram. Manuprāt, emocionāli līdzsvarotam darbiniekam būs lielāka motivācija pilnveidoties un pilnveidot arī sevis pārstāvēto uzņēmumu.

Centrālā statistikas pārvalde (CSP) veica datu ievākšanu par Latvijas iedzīvotāju izglītošanos gan regulārās izglītības iestādēs, gan apmeklējot kursus, seminārus, konferences. Informācija iegūta 2016./2017. gadā, aptaujājot iedzīvotājus vecumā no 25 līdz 64 gadiem. Izpētot šos datus, secinu, ka 2016./2017. gadā pieaugušo izglītībā piedalījās lielākoties sievietes, vīrieši savu dalību bija pieteikuši daudz mazāk, kā arī pētot datus par apakšizglītību, visvairāk izvēlas mācīties cilvēki pēc vidusskolas, kas dažādu apstākļu dēļ nav uzsākuši mācības augstskolās. Mans subjektīvais viedoklis, strādājot mācību centrā, ir tāds: "Jā, joprojām mācībās vairāk piedalās sievietes, bet par izglītību ir dažādi." "Nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveide" 7. kārtas ietvaros saskārāmies ar to, ka personām ļoti bieži nav iegūta vidējā izglītība, vairākumam tā ir uzsākta, bet tā arī nav pabeigta. Pētot datus no CSP pētījuma, 2017. gadā 71 % izglītojamo izvēlējās mācības uzsākt, lai labāk pildītu savus darba pienākumus un iegūtu jaunas zināšanas un prasmes, bet tikai 2 %, lai varētu uzsākt savu uzņēmējdarbību. Manuprāt, tas pierāda to, ka cilvēki baidās no kaut kā jauna, viņi baidās riskēt. Vēlos uzsvērt, ka šis ir tikai mans subjektīvais viedoklis.

Šobrīd Latvijā Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija (OECD) Starptautiskā pieaugušo kompetenču novērtēšanas programmas pētījumu (PIAAC) īsteno ar Eiropas Sociālā fonda atbalstu projektā Nr. 8.3.6.1/16/I/001 "Dalība starptautiskos izglītības pētījumos". Pētījuma laikā plānots pētīt pieaugušo prasmes un spēju pielietojumu, sadarbībā ar Latvijas Universitāti un pētījuma centru SKDS līdz 2023. gada aprīlim pētījuma rezultātā plānots iegūt 7700 iedzīvotāju atbildes. Latvija šajā pētījumā piedalās pirmo reizi, kas ir ļoti vērtīgi, jo, pētījumam noslēdzoties, Latvija, līdz ar vairāk nekā 40 pētījumā iesaistītajām valstīm, varēs izstrādāt izglītības un apmācības programmas pieaugušajiem, lai palīdzētu apgūt trūkstošās prasmes. Tas nozīmē, ka mūžizglītība turpmākajos gados tikai attīstīsies, tāpēc, manuprāt, šobrīd ir ļoti svarīgi šo moduli attīstīt kopā ar darba devējiem, izstrādājot mācību plānus, kas motivēs pieaugušos iesaistīties apmācību procesā, neziedojot savu laiku, kas ir atvēlēts ģimenei, kā arī darba devējiem izstrādāt plānu tā, lai nezaudētu efektīvus darbiniekus.

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma laiks: no 19.12.2022. līdz 31.12.2022. Pētījuma mērķgrupa: SIA "MVS CENTRS" "Mācību centra MC ALFA" ESF projekta "Nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveide" 7. kārtas izglītojamie. Anketēšana tika veikta starp personām, kuras ir beigušas mācības mācību centrā un ir vairākkārt neapmeklējuši nodarbības, tādējādi radot priekšstatu, ka mācības viņiem neinteresē.

Aptaujas mērķis: noskaidrot izglītojamo attieksmi un motivāciju mācību procesa gaitā. Aptauja tika organizēta elektroniskā veidā, izmantojot "Google Forms" tiešsaistes veidlapu, aptauja bija brīvprātīga. Aptaujas anketa sastāvēja no 12 slēgta tipa jautājumiem, bet uz vienu no tiem varēja atbildēt ar sev vēlamu atbildi jeb tika piedāvāts atvērtā tipa atbilžu variants. Pirmie četri jautājumi bija ievadjautājumi par dzimumu, vecumu grupu, izglītību un nodarbošanos, savukārt pārējie septiņi par motivācijas jēdzienu un tā izpausmes formām. Pēc datu iegūšanas tie tika apkopoti ar grafiskās metodes palīdzību un analizēti, noslēgumā izdarot secinājumus par izvirzīto pētījuma tematu.

Pētījuma metodes: analīze un sintēze, kvantitatīvā metode, loģiski-konstruktīvā metode.

Pētījuma rezultāti

Autors šī pētījuma laikā pētīs mācību centra "MC ALFA" izglītojamos/dalībniekus, ESF projektā "Nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveide" 7. kārtas ietvaros, pētījuma rezultātā analizēs galvenos motivācijas trūkuma faktorus. Kopumā projekta ietvaros mācību centrs ir apmācījis vairākus tūkstošus izglītojamo, cenšoties izprast galvenos motivācijas trūkuma faktorus un izstrādājot mācību procesu tādu, lai maksimāli atvieglotu mācības un pielāgotu tās mūsdienu 21. gadsimta aktīvajam dzīves veidam.

Mācību centrs projekta septītās kārtas ietvaros atvēra 93 mācību grupas, kuru kopējais izglītojamo skaits bija 1700, no kuriem tikai atskaitītas 200 personas. Lielākoties personas tika atskaitītas no mācībām nodarbību neapmeklēšanas vai personīgu apstākļu dēļ, nereti personas arī tika atskaitītas no mācībām, jo vēlējās apgūt ko citu, bet mācījās ko citu, saprotot, ka vēlmes neatbilda sākuma mācību vēlmēm. Projekta ietvaros pierādījās tas, ka izglītojamie zaudē motivāciju mācīties, jo nespēj apvienot ar darbu un ģimeni, tamdēļ izlemj, ka neturpinās mācības.

Autore uzskata, ka izglītojamie līdz galam nenovērtē mācību finansēšanas avotu un, maksājot par mācībām tikai 5 % vai 10 %, nenovērtē mācības, tādējādi rada priekšstatu, ka neuztver mācības nopietni un sāk zust interese par mācībām.

ESF projekts "Nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveide" projekta mērķis ir pilnveidot nodarbināto personu profesionālo kompetenci, lai laikus novērstu darbaspēka kvalifikācijas neatbilstību darba tirgus pieprasījumam, veicinātu strādājošo konkurētspēju un darba produktivitātes pieaugumu. Projekta mērķgrupa: pieaugušie, kas atrodas darba attiecības vai vecāki, kas atrodas bērnu kopšanas atvaļinājumā, vecumā no 25 gadiem, ar nepabeigtu vai pabeigtu izglītību, tostarp pamatizglītību, vispārējo vidējo, profesionālo vai augstāko izglītību.

Kopumā pētījumā piedalījās 225 respondenti, no tiem 184 jeb 81,8 % sievietes un 41 jeb 18,2 % vīrieši.

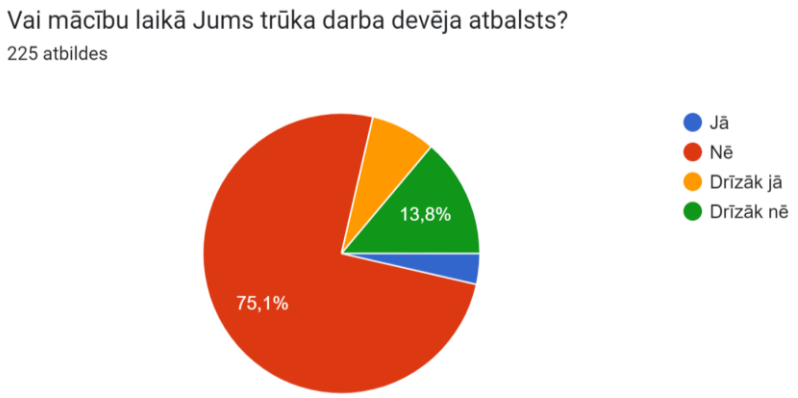
Vairākums no tiem ir respondenti vecuma grupā no 40-45 gadiem (24 %), pēc tam seko vecuma grupa 30-35 gadiem (20,9 %) un 35-40 gadiem (18,7 %). Vismazāk atbilžu ir snieguši respondenti vecuma grupā 55-60 gadiem (4 %) un 25-30 gadiem (7,1 %), kas skaidrojams ar to, ka mācībās pieaugušajiem vairāk piedalās personas no 30 līdz 45 gadiem.

Aptaujas rezultāti liecina, ka projekta 7. kārtā vairākums ir pieteikušies, kuri ir ieguvuši maģistra grādu (38,2 %) un bakalaura grādu (31,6 %) (skat. 3. att.), kas liecina par to, ka cilvēki vēlas iegūt vēl papildu zināšanas, tamdēļ izmanto iespēju piedalīties šāda veida projektā.

Aptaujas anketā bija norādītas daudz un dažādas profesijas, bet aptaujas rezultāti liecina, ka visvairāk no respondentiem nodarbojas finanšu/grāmatvedības jomā (12,9 %), aiz tā seko klientu apkalpošana/pakalpojumu (11,6 %) joma (skat. 4 .att.). Šajā aptaujā ir piedalījušies respondenti, kas nodarbojas arī tirdzniecības/klientu apkalpošanas (10,7 %), administratīvā darba/asistēšanas (9,3 %), izglītības/zinātnes (8 %), valsts pārvaldes (7,6 %) jomā.

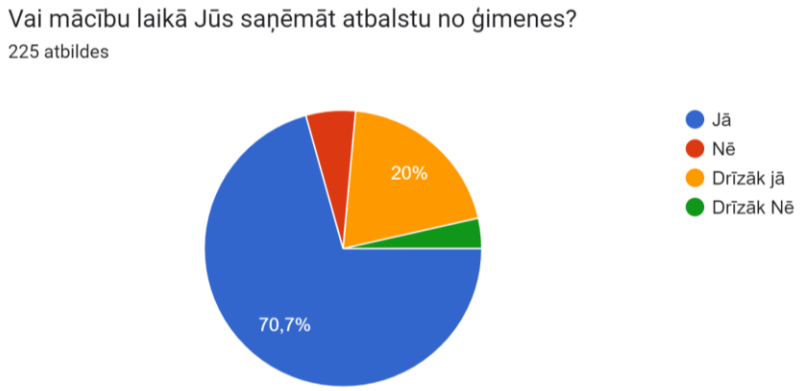
Lai noskaidrotu izglītojamo attieksmi pret mācībām ir svarīgi apzināt faktorus, kas traucē piedalīties pieaugušo izglītībā. Respondenti, sniedzot atbildi uz jautājumu "Vai mācības bija grūti savienot ar darba grafiku?", pierāda to, ka lielākajai daļai darbs nav bijis traucējošais faktors, lai mācītos. Vairāk kā puse no respondentiem ir snieguši atbildi "nē" (56,4 %) un daļa, ka "drīzāk nē" (22,2 %), kas liecina, ka ir spējuši saplānot laiku, lai to atveltītu arī mācībām vai mācības ir notikušas ārpus darba laika (skat. 5. att.). Aptaujas rezultāti liecina, ka ir respondenti, kuriem ir bijis grūtāk savienot mācības ar darbu, atbildot "drīzāk jā" (16 %), kā arī dažiem ir sagādājušas problēmas savienot mācības ar darbu. Tas izskaidrojams ir ar to, ka mācību grafiks ir sakritis ar darba grafiku un nav izdevies saplānot vai nav saņemts pietiekošs atbalsts no darba devēja, lai varētu apvienot.

Lai pieaugušais varētu apvienot mācību grafiku ar darba grafiku, ļoti liels ietekmējošs faktors ir arī tieši darba devēja atbalsts. Izvērtējot respondenta sniegtās atbildes uz jautājumu "Vai mācību laikā Jums trūka darba devēja atbalsta?", var secināt, ka lielākajai daļai nav trūcis atbalsts no darba devēja, jo snieguši atbildi "nē" (75,1 %) (skat. 1. att.). Citi respondenti ir izteikuši šaubas par darba devēja atbalstu, norādot, ka drīzāk nē (13,8 %), kas varētu liecināt, ka darba devējs ir bijis pretimnākošs, bet pie kādiem nosacījumiem. Tas ir tikai mans izteikums, iespējams, ka respondenti ir šaubījušies un nezina, vai ir saņēmuši atbalstu vai nav. Ir respondenti, kuri diemžēl, nav saņēmuši pietiekamu darba devēju atbalstu (7,6 %) vai vispār nav no darba devēja saņēmuši atbalstu mācībām (3,6 %). Tie, kas nav saņēmuši atbalstu no darba devēja, procentuāli ir maz pret tiem, kas ir saņēmuši kādu atbalstu no darba devēja, tāpēc šis nebūs tik traucējošs faktors, lai strādājoši pieaugušie spētu apgūt mācības.



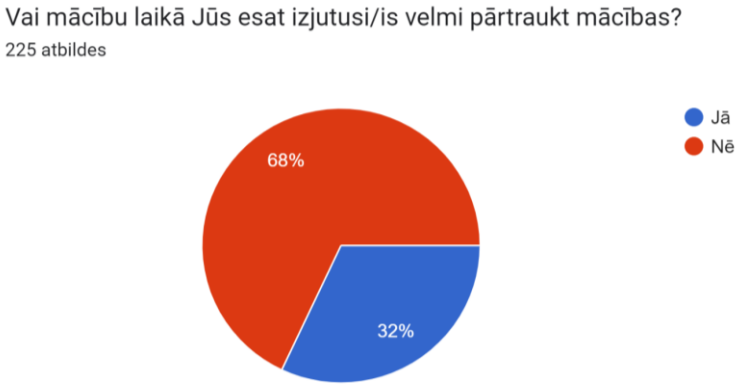
1. att. Respondentu darba devēja atbalsts mācību laikā (Avots: autora veidots)

Tā kā lielākoties mācības pieaugušajiem norisinās arī ārpus darba laika, kad daudzi izvēlas to pavadīt ar ģimeni, tad kādu brīdi ģimenei nākas pieņemt, ka viens no vecākiem nebūs tik ļoti pieejams. Lai pabeigtu mācības, tad lielu lomu tajā spēlē arī ģimenes atbalsts. Aptaujas anketā pie faktoriem, kas traucē piedalīties pieaugušo izglītībā, tika iekļauts jautājums "Vai mācību laikā Jūs saņēmāt atbalstu no ģimenes?", kur lielākoties respondenti ir atbildējuši pozitīvi, ka ir saņēmuši atbalstu (70,7 %) vai, ka "drīzāk jā" (20 %) (skat. 2. att.). Maz respondentu nebija saņēmuši atbalstu no ģimenes, kopumā 5,8 %, un daži respondenti ir norādījuši, ka "drīzāk nē" (3,6 %). Tā kā šīs aptaujas anketa tika veikta starp tiem, kas ir pabeiguši mācības, tad varētu būt, ka šis faktors ir pozitīvs, jo ir bijuši gadījumi, ka pieaugušais izlemj pārtraukt mācības, jo izvēlas veltīt laiku savai ģimenei, kas norāda, ka, iespējams, nebija pietiekoša atbalsta.



2. att. Respondentu ģimenes atbalsts mācību laikā (Avots: autora veidots)

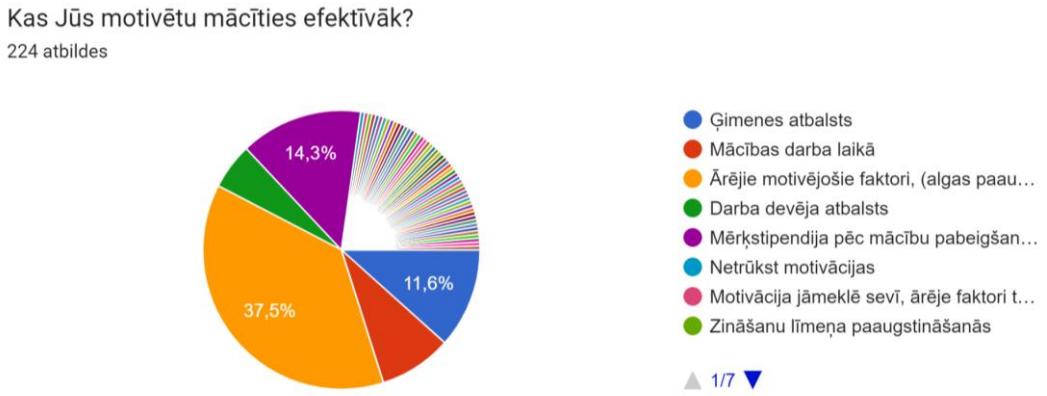
Strādājot darbā pieaugušo izglītības jomā, sanāk bieži saskarties ar tādiem pieaugušajiem, kas mācību sākumā ir bijuši entuziasma un apņēmības pilni iegūt jaunas zināšanas, bet pēc kāda laika pārtrauc mācības. Vairāk kā puse no respondentiem, kas piedalījās šajā pētījumā, aizpildot anketu, norādījuši, ka nav izjutuši vēlmi pārtraukt mācības (68 %) (skat. 3 .att.). Tas varētu liecināt par to, ka šiem respondentiem nav bijuši traucējoši apstākļi pabeigt mācības vai ir bijusi pietiekami liela motivācija, ka šāda vēlme nemaz nav parādījusies vai arī mācības ir bijušas tas, ko tieši ir vēlējušies un apmierināti ar to pasniegšanu. Daļa respondentu ir izjutuši vēlmi pārtraukt mācības (32 %), kas liecina par to, ka kādā brīdī ir zudusi motivācija turpināt izglītoties.



3. att. Respondentu vēlme pārtraukt mācības (Avots: autora veidots)

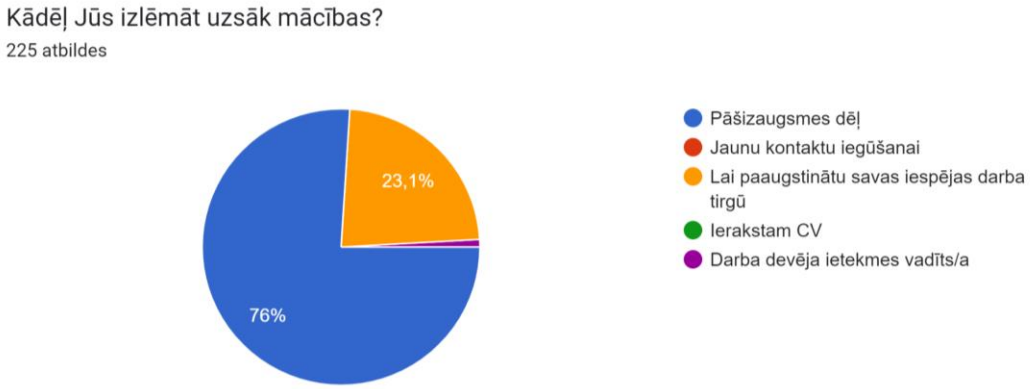
Tik par svarīgi kā traucējošo faktoru noskaidrošana, ir noskaidrot arī motivējošos faktorus, lai saprastu, kas ir palīdzējis mācībās un kas dod motivāciju izvēlēties mācīties, kad jau ir pieaudzis, ieguvis izglītību un atradis darbu. Aptaujas anketā tika iekļauts jautājums "Kas Jūs motivētu mācīties efektīvāk?", uz ko daļa respondentu (37,5 %) atbildēja, ka tie būtu ārējie motivējošie faktori (algas paaugstinājums, prēmija, paaugstinājums amatā) (skat. 4. att.). Citiem respondentiem (14,3 %) motivējošs faktors, lai mācītos efektīvāk, būtu mērķstipendija pēc mācību pabeigšanas no mācību centra. Ir respondenti (11,6 %), kuriem motivācija mācīties efektīvāk ir ģimenes atbalsts, kas ir ļoti svarīgi, jo, kad mācās, tiek atņemts daļa laika, ko veltīt ģimenei. Ja ģimene sniedz savu atbalstu un tajā brīdī nedaudz pacieš, ka kāds velta savu laiku vairāk mācībām, tad rodas lielāka motivācija izglītoties. Kā arī ir respondenti, kas norādījuši, ka darba laikā mācīties efektīvāk motivētu darba devēja atbalsts. Ir respondenti, kas izvēlējušies variantu "cits", sniedzot skaidrojumu, ka mācību kvalitātei ir liela nozīme konkurētspējai darba

tirgū, personības attīstībai, pašpārliecinātības iegūšanai, zināšanu pielietošanai darbā, mācīšanās sev. Daudzas atbildes sniedz priekšstatu, ka cilvēks izvēlas mācīties savai izaugsmei, lai justos pārliecinātāks par sevi, līdz ar to pārliecinātāks savā darba jomā, jaunu zināšanu iegūšanai, lai "neierūsētu", kā arī lai attīstītos.



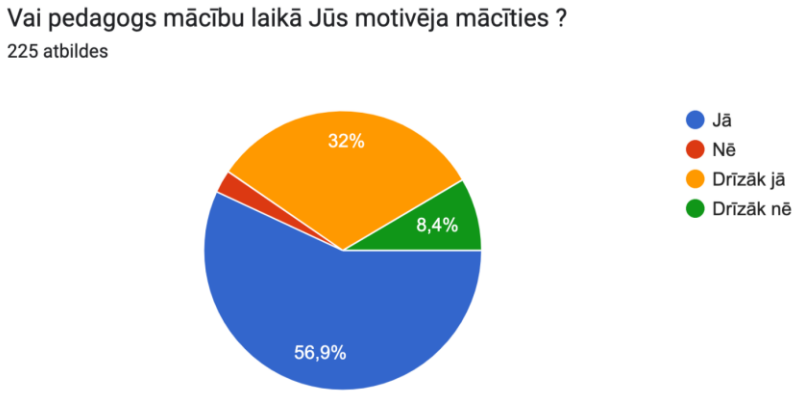
4. att. Respondentu motivācija mācīties (Avots: autora veidots)

Svarīgi ir noskaidrot, kamdēļ cilvēki uzsāk mācības un lielākā daļa respondentu (76 %) ir izvēlējušies mācīties pašizaugsmes dēļ, bet daļa (23,1 %), lai paaugstinātu savas iespējas darba tirgū (skat. 5. att.). Šī jautājuma atbildes liecina par to, ka cilvēki ir gatavi mācīties un ieguldīties, lai būtu zinoši un sasniegtu jaunus mērķus.



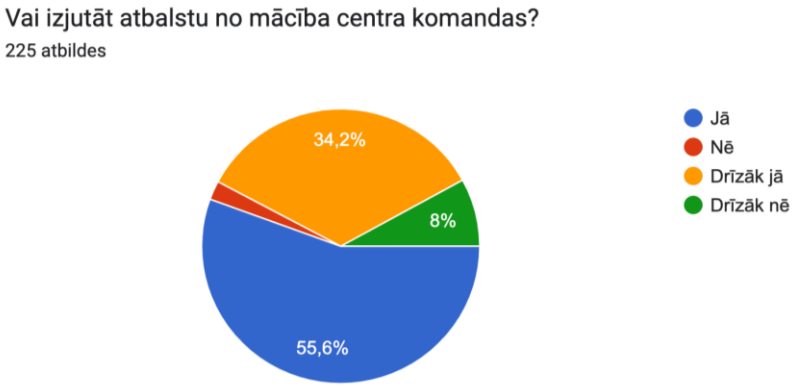
5. att. Respondentu izvēle atsākt mācības (Avots: autora veidots)

Lai izglītojamais justos motivēts mācīties, lielu lomu spēlē arī pasniedzēja atbalsts mācību procesā, jo reizēm vajag nedaudz palīdzības no malas, lai saņemtos un turpinātu iesākto. Vairāk kā puse respondentu, kas piedalījās šajā pētījumā, apgalvo, ka pedagogs ir motivējis viņus mācīties, norādot "jā" (56,9 %) vai "drīzāk jā" (32 %) (skat. 6. att.). Tikai daži nav saņēmuši no pasniedzēja motivāciju, sniedzot uz jautājumu atbildi "drīzāk nē" (8,4 %) vai "nē" (2,7 %), kas liecina, ka varbūt šī motivācija izglītojumam nav bijusi īsti nepieciešama.



6. att. Respondentu un pedagoga savstarpējais motivācijas līmenis (Avots: autora veidots)

Motivējošs faktors ir arī paša mācību centra atbalsts izglītojamajiem. Strādājot mācību centrā, nereti sanāk saņemt zvanus no izglītojamajiem, kas vēlas pārtraukt mācības. Aprunājoties ar izglītojamo, ir sanācis, ka viņam vienkārši bijusi zudusi motivācija turpināt mācības, tamdēļ neliela saruna un atbalsts var dot motivāciju turpināt iesākto. Arī šajā jautājumā par atbalsta izjušanu no mācība centra komandas, vairākums ir atbildējis, ka "jā" (55,6 %) vai "drīzāk jā" (34,2 %) (skat. 7. att.), kas nozīmē, ka izglītojamam ir bijis kāds brīdis, kad tas vēlējies pārtraukt mācības, bet pēc sarunas ar mācību centra darbinieku, viņš saņēmis nepieciešamo atbalstu, lai turpinātu un pabeigtu mācības.



7. att. Respondentu un mācību centra savstarpējais motivācijas līmenis (Avots: autora veidots)

Secinājumi un priekšlikumi

Autore uzskata, ka pieaugušo izglītībā liels traucējošais faktors ir nepietiekams darba devēja atbalsts, kas nav apmierināts ar to, ka darbinieks darba laikā velta laiku mācībām. Kaut arī aptaujātie respondenti ir norādījuši, ka darba devēja atbalsts ir bijis, bet tā nav visās darba vietās, jo no izglītojamiem ir nācies dzirdēt, ka mācības nevarēs uzsākt, jo tās ir darba laikā un darba devējs to neatļaus. Līdz ar to mācības pieaugušiem tiek piedāvātas vakaros, kas nozīmē, ka netiks kādu brīdi veltīts pietiekami daudz laika ģimenei, līdz ar to ģimenē var rasties strīdi un zust vēlme turpināt mācības, jo nav pietiekoša atbalsta. Atbalsta trūkums var izraisīt stresu, tādēļ zūd produktivitāte gan mācībās, gan darbā. Ņemot vērā iepriekšminēto, pētāmajai iestādei nepieciešams veidot korporatīvo sadarbību ar uzņēmumiem, izsūtot tiem interesējošos mācību piedāvājumus. Minētais priekšlikums veicinās izglītojamo pieplūdumu no darba tirgus puses. Bet vienlaikus mācību iestādei intensīvāk jāseko līdzi mācību kvalitātei, izstrādājot detalizētu

izglītojamo motivācijas plānu. Papildus jāievieš karjeras jeb atbalsta persona, ar kuru izglītojamie varētu sazināties un izrunāt psiholoģiska rakstura jautājumus, tādējādi novēršot risku straujam motivācijas līmeņa kritumam.

Tāpat mācību centram jāseko līdzi mācību kvalitātei un pedagoga iesaistei darbā ar grupu, padarot mācību procesu daudzpusīgāku, tādējādi vairojot ieinteresētības līmeni izglītojamos un nodrošinot augstāku absolventu īpatsvaru.

Kā arī plānojot mācības, sastādīt mācību grafiku tā, lai mācību laiks būtu draudzīgs strādājošiem izglītojamiem.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Eiropas komisija (2021). Pētījums: Kā motivēt pieaugušos iesaistīties izglītībā? [skatīts 23.12.2022.]. Pieejams: https://epale.ec.europa.eu/lv/blog/ka-motivet-pieaugusos-iesaistities-izglitiba
2. Izglītības un Zinātnes ministrija (bez gada). Mūžizglītības iespējas Latvijā. [skatīts 23.12.2022.]. Pieejams: http://muzizglitiba.gov.lv/node/282
3. Markova, A. (1986). Mācīšanas motivācijas veidošana skolēniem. [skatīts 23.12.2022.]. Pieejams https://dom.lndb.lv/data/obj/file/17975995.pdf
4. Mācību centrs MC ALFA (bez gada). ESF projekts "Nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveide". [skatīts 23.12.2022.]. Pieejams: https://mcalfa.lv/viaa-7-kartas-projekts/
5. Valsts izglītības attīstības aģentūra. Mācības pieaugušajiem par projektu. [skatīts 23.12.2022.]. Pieejams: https://www.macibaspieaugusajiem.lv/par-projektu

Karlīna Zirne. IEKŠĒJĀS VIDES PILNVEIDE PĀRDOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība", e-pasts: karlinazrn@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.soc., docente Inta Grīnberga*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: kvalitatīva un uz izaugsmi vērsta darba vide spēj veidot mērķtiecīgus un motivētus darbiniekus, kas iegulda darbu un laiku uzņēmuma attīstībā un izaugsmē. Pārdošanas uzņēmumam ir jāiegulda darbinieku izaugsmē, attīstībā un darba vides uzlabošanā.

Pētījuma mērķis: izpētīt pārdošanas organizācijas teorētiskās nostādnes, praktiski analizēt un izvērtēt to ievērošanu pētāmajā uzņēmumā, formulēt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus pārdošanas organizācijas iekšējās vides pilnveidei pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: anketēšana, datu analīze – aprakstošā statistika un grafiskā metode, literatūras un interneta resursu analīze, normatīvo aktu un likumu datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: darba vides izpēte, tās ietekme uz darbiniekiem, un darbinieku ieguldījumu pārdošanas uzņēmumā. Pētījuma izstrādes gaitā, darba autore secina, ka pētāmajā uzņēmumā iekšējās vides ietekme uz darbinieku ieguldījumu uzņēmumam ir apmierinoša, taču tika ievērotas dažas nianses, kas jāuzlabo. Darba autores priekšlikums uzlabot fizikālos faktorus darba vietā.

Atslēgas vārdi: *pārdošana, uzņēmums, iekšējā vide, produktivitāte.*

Ievads

Iekšējās vides faktori ir nozīmīgi jebkurā veiksmīgā uzņēmumā un tā attīstībā. To kvalitāte nosaka un ietekmē darbinieku ieguldījumu un rezultātus uzņēmumā vai organizācijā, jo tie ir arī tieši saistīti ar darbinieku labklājību. Darbinieku attīstībai un labvēlīgu rezultātu sasniegšanai svarīgi ir vairāki darba vides iekšējie faktori. Sākot ar darba specifiku – sarežģītība un cik interesants vai monotons ir darbs, darba fizikālie faktori, piemēram, komforts un mikroklimats, karjeras attīstības iespējas, darbinieku savstarpējā attieksme un attiecības, vadības stils un kultūra. Attiecīgi šo faktoru esamība uzņēmumā apmierinošā līmenī var palīdzēt un rosināt darbinieku straujāku attīstību un sniegt lielāku ieguldījumu un rezultātus, taču to klātneesamība var kaitēt gan darbinieku fiziskai, gan emocionālai labklājībai, kā arī mazināt produktivitāti un sasniedzamos rezultātus.

Darba mērķis ir izpētīt pārdošanas uzņēmuma iekšējo vides faktoru kvalitāti un saprast, kā tas ietekmē darbinieku sniegto ieguldījumu uzņēmumā, lai formulētu attiecīgus ieteikumus darba vides un darbinieku produktivitātes uzlabošanai.

Lai sasniegtu izvirzīto mērķi, tika veikti šādi uzdevumi:

1. sagatavots nozares apraksts;
2. sagatavots apraksts par darba iekšējās vides ietekmi un darbinieku produktivitāti un labklājību;
3. veikta darbinieku aptauja pārdošanas uzņēmumā par iekšējās vides apstākļiem un viņu produktivitāti;
4. izveidoti secinājumi par iekšējās vides ietekmi uz darbinieku produktivitāti;
5. izstrādāti priekšlikumi vides uzlabošanai.

Analītiskais apskats

Darba iekšējās vides procesi ir svarīgi darba vidē, jo tie nosaka, kā darbinieki izpilda savus uzdevumus un kā tiek izmantoti resursi, lai sasniegtu mērķus un uzņēmuma veiksmi. Lietderīgi un efektīvi darba procesi var ietaupīt laiku, samazināt kļūdu iespējamību, uzlabot darbinieku efektivitāti un paaugstināt uzņēmuma produktivitāti. Turklāt saskaņoti un labi koordinēti darba procesi var uzlabot komunikāciju starp dažādiem departamentiem un panākt kopēju sapratni par uzņēmuma mērķiem un stratēģiju (Swedbank, 2016).

Darba vides iekšējie faktori ir nozīmīgi arī tāpēc, ka tie var ietekmēt darba kvalitāti, produktivitāti un darbinieku motivāciju. Piemēram, neērti darba apstākļi, sliktas gaismas apstākļi un trokšņi var novērst koncentrēšanos, traucēt darbinieku efektivitāti un izraisīt nogurumu. Tāpat nepiemēroti darba uzdevumi, neefektīvas darba metodes un slikti izveidots vadības stils var radīt darba stresu, neapmierinātību ar darbu un samazināt motivāciju. Turpretī piemēroti darba apstākļi, efektīvas izglītības un apmācības iespējas, mērķtiecīgs un saprātīgs darba uzdevumu sadalījums un labs vadības stils var radīt lielisku darba vidi, kas veicina darba kvalitāti, produktivitāti un darbinieku apmierinātību. Tādējādi uzmanība uz darba vides iekšējiem faktoriem var ietekmēt uzņēmuma sasniedzamos rezultātus un produktivitāti (Iekšlietu ministrijas veselības un sporta centrs, 2015).

Balstoties uz Ministru kabineta noteikumiem darba devējam ir jānodrošina darba vides iekšējās uzraudzības pārbaude ne retāk kā reizi gadā. Saņemot kādus aizrādījumus vai norādījumus par iekšējās vides kvalitātes vai iekšējās vides uzraudzības nepieciešamiem uzlabojumiem, darba devējam ir attiecīgi jārīkojas, lai uzlabotu darba vides kvalitāti vai kvalitātes uzraudzību (Ministru kabinets, 2007).

Ministru kabinets ir izstrādājis arī novērtēšanas vadlīnijas, pēc kurām vadīties, lai saprastu, vai ir nepieciešami uzlabojumi.

Novērtējamie darba vides faktori, ko sniedz Ministru kabinets:

1. Fizikālie faktori;
2. Ergonomiskie faktori (mehāniskie);
3. Psiholoģiskie, emocionālie, organizatoriskie faktori;
4. Ķīmiskie faktori;
5. Bioloģiskie faktori;
6. Traumatisma riska faktori (mehāniskie, fizikālie).

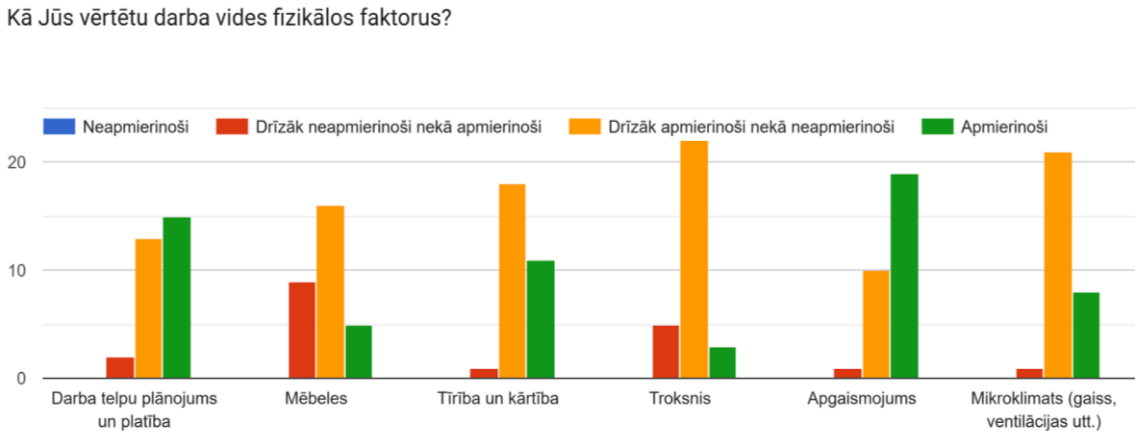
Kur attiecīgi ir nepieciešams novērtēt vai pastāv noteiktais darba vides faktors un kas jānovērtē, lai noteiktu, vai pastāv risks nodarbināto drošībai un veselībai un vai nepieciešama turpmāka pārbaude/darba aizsardzības pasākumi, kā arī jānovērtē vai esošie darba vides faktori rada risku nodarbināto drošībai un veselībai un vai ir nepieciešams veikt darba aizsardzības pasākumus (Ministru kabinets, 2007).

Pētījuma metodoloģija

Saskaņā ar pētījuma mērķi un uzdevumu tika izmantotas vairākas pētīšanas metodes. Teorijas atziņu izzināšanai tika izmantota literatūras un dokumentu izpēte. Pētījuma ietvaros tika veikta sekundāro datu izpēte, anketēšana, kur kopā tika aptaujāti 30 uzņēmuma respondenti vecumā no 18 līdz 33 gadiem, no tiem – 17 vīrieši un 13 sievietes. Anketēšanā iegūto datu apkopošanai tika izmantota datu statistiskās analīzes metode. Iegūtie dati attēloti sektoru un kolonnu diagrammās, kas tika analizētas un komentētas darbā.

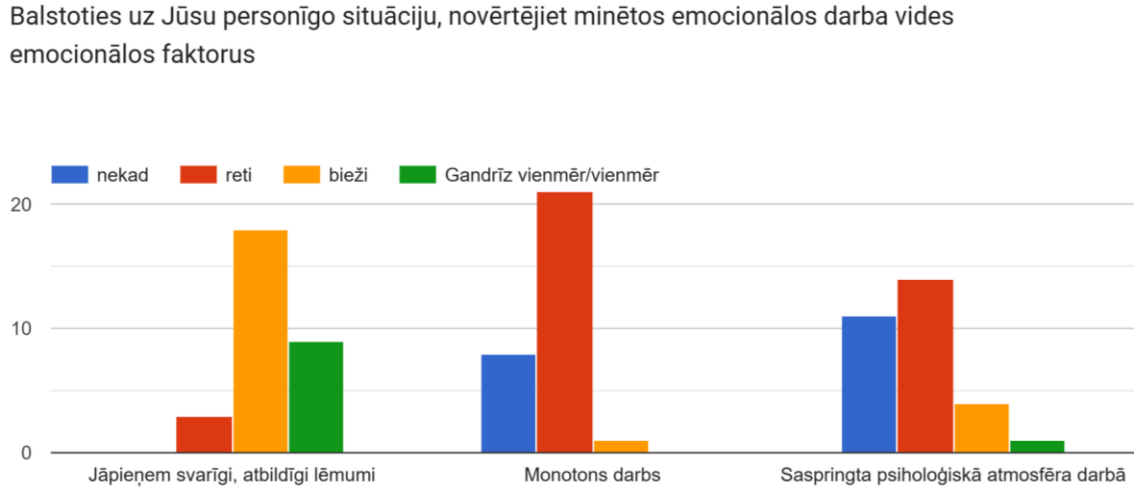
Pētījuma rezultāti

Ar mērķi noskaidrot darba iekšējās vides ietekmi uz darbinieku sniegumiem un ieguldījumu, autore veica aptauju, kur tika ievākti un analizēti dati par šiem vides faktoriem, kas turpmāk darbā apskatāmi 1. att., 2. att., 3. att., 4. att. Kopā tika aptaujāti 30 respondenti vecumā no 18 līdz 33 gadiem, no kuriem 56,7 % bija vīrieši un 43,3 % sievietes.



1. att. Fizikālo vides faktoru novērtējums uzņēmumā (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

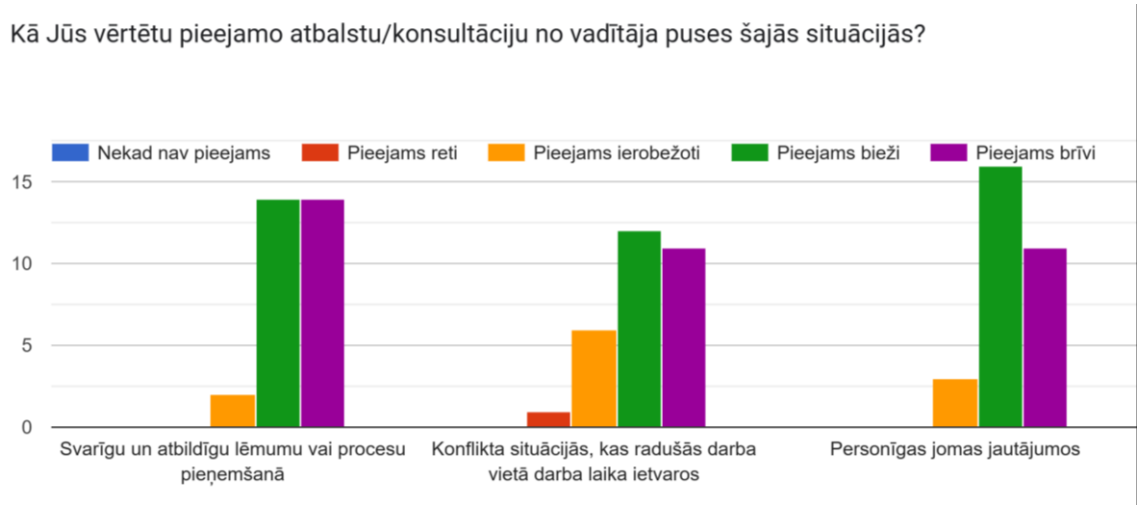
Analizējot iegūtos datus par fizikālo vides faktoru ietekmi, kas aptvēra – darba telpu plānojumu un platību, mēbeles, tīrību un kārtību, troksni, apgaismojumu un mikroklimatu (1.att.), autore secināja, ka vairākums darbinieku, vismaz 30%, darba fizikālie faktori šķiet drīzāk apmierinoši nekā neapmierinoši. Taču mēbeles un troksnis uzņēmumā tika novērtēti kā drīzāk neapmierinoši nekā apmierinoši.



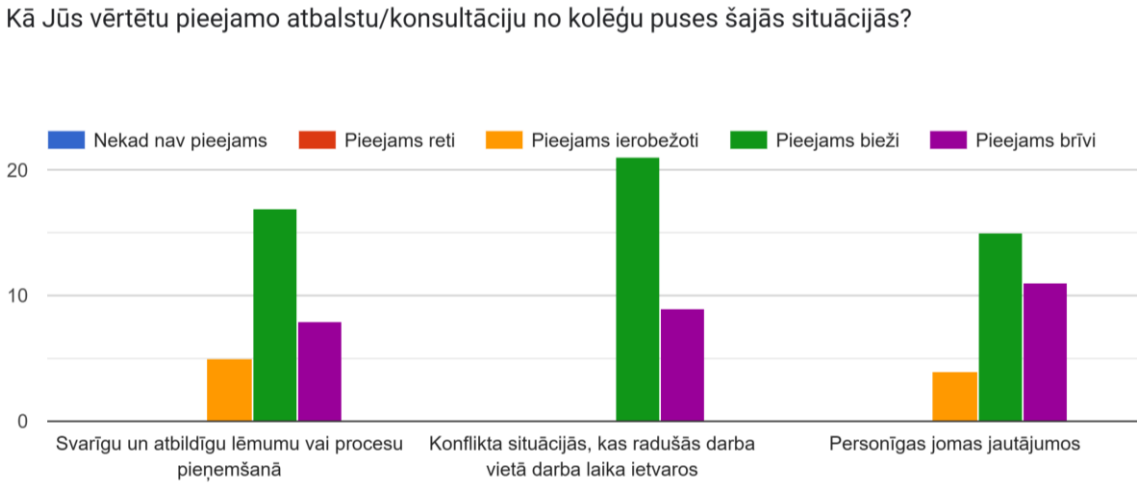
2. att. Emocionālo vides faktoru novērtējums uzņēmumā (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Analizējot apkopotos datus par emocionālo vides faktoru (2. att.) – svarīgu/atbildīgu lēmumu pieņemšana, monotons darbs, saspringta psiholoģiskā atmosfēra – autore secināja, ka 21 respondents novērtēja, ka darbs vien reti ir monotons un 8 respondenti – ka nekad nav monotons darbs. Kā arī pēc rezultātu analīzes tika secināts, ka darbs ir ar lielāku atbildību, jo 18 respondenti

atzina, ka svarīgi vai atbildīgi lēmumi ir jāpieņem bieži un tikai 3 respondenti atzina, ka reti. Arī psiholoģiskā atmosfēra darbā no respondentu puses tika atzīta par pārlieku nesaspringtu, jo tikai 1 respondents atzina, ka gandrīz vienmēr/vienmēr šī atmosfēra ir saspringta.

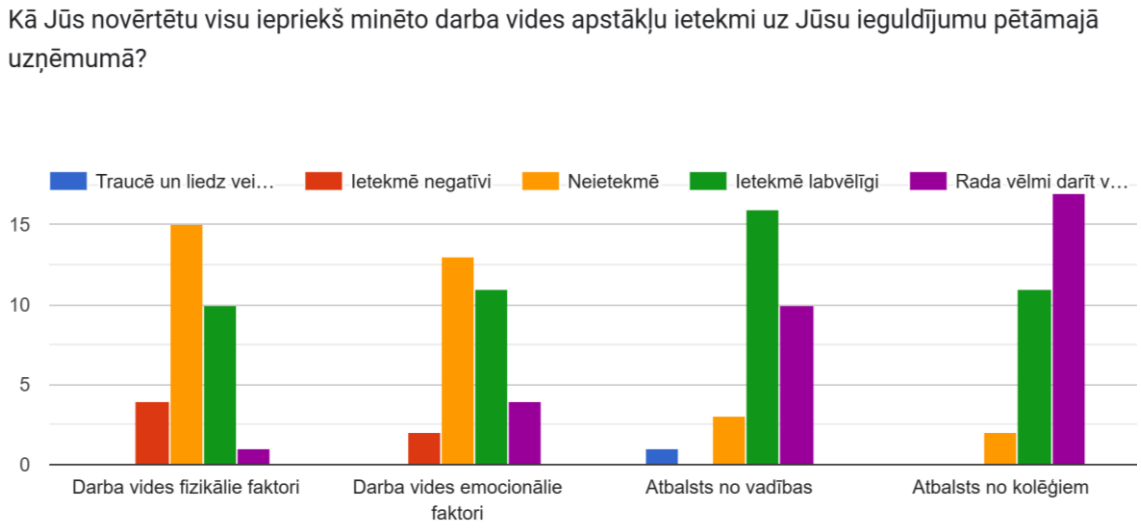


3. att. Pieejamais atbalsts/konsultācijas no vadītāja puses (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

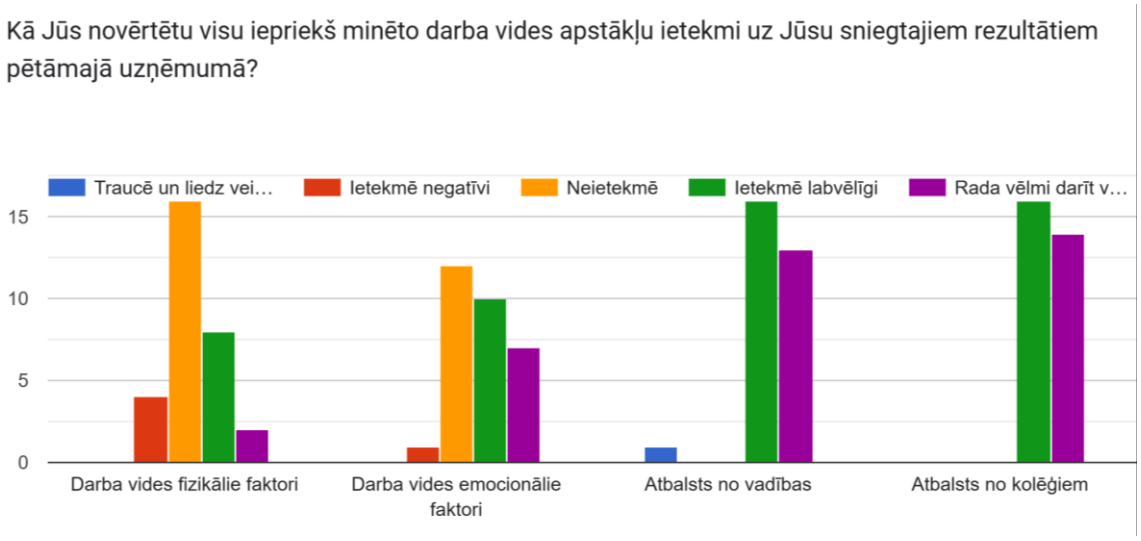


4. att. Pieejamais atbalsts/konsultācijas no kolēģu puses (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Analizējot pieejamo atbalstu gan no vadītāja, gan no kolēģiem (3. att. un 4. att.), autore secināja, ka pieejamais atbalsts un sniegtās konsultācijas vairāk kā 30 % gadījumu ir pieejama bieži vai pat brīvi. Visierobežotākais atbalsts tieši no vadītāja puses tika novērtēts atbalsts konflikta situācijās, kas radušās darba vietā darba laika ietvaros. Un no kolēģu puses atbalsts svarīgu lēmumu vai procesu pieņemšanā ir pieejams visierobežotāk.



5. att. Darba vides apstākļu ietekme uz personīgo ieguldījumu uzņēmumā (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



6. att. Darba vides apstākļu ietekme uz rezultātiem uzņēmumā (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Analizējot darba vides apstākļu ietekmi gan uz darbinieku uz viņu ieguldījumu, gan rezultātiem pētāmajā uzņēmumā (5. att. un 6. att.) vairāk kā 50 % atzina, ka atbalsts no kolēģiem rada vēlmi darīt vairāk/paplašināt savus darba pienākumus un gandrīz 50 % minēja tieši šo pašu par saviem sniegtajiem rezultātiem uzņēmumā. Vairāk kā trešdaļa respondentu uzskata, ka darba vides fizikālie, kā arī emocionālie faktori neietekmē viņu veiktspēju. Taču 4 respondenti uzskata, ka darba fizikālie faktori negatīvi ietekmē spēju veikt darbu un viņu rezultātus.

Autore aptaujā uzdeva vēl divus jautājumus saistītus ar karjeras iespējām un pieejamajiem materiāliem, lai to izdarītu. Autore secināja, ka 53,3 % respondentu uzskata, ka karjeras attīstības iespējas pētāmajā uzņēmumā ir apmierinošas un 40 %, ka tās ir izcilas. Un par resursu pieejamību – apmācībām, materiāliem u.c. – 63,3 % tos atzina par izciliem un 26,7 % par apmierinošiem.

Secinājumi

Ir apkopota un analizēta informācija par darba iekšējās vides ietekmi uz darbinieku sniegto ieguldījumu un rezultātiem uzņēmumā. Apkopojot iegūtos datus autore secina, ka:

1. Vislielākā negatīvā ietekme no darba vides faktoriem ir vides fizikālie faktori;
2. Mēbeles darba vietā ir drīzāk neapmierinošas nekā apmierinošas;
3. Sniegtais atbalsts gan no vadītāja, gan kolēģu puses ir labvēlīgs faktors darbinieku sniegtajam ieguldījumam uzņēmumā.

Šie galvenie secinājumi liecina, ka darbinieku sniegtā ieguldījuma un rezultātu uzlabošanai darba vietā būtu jāparūpējas par fizikālo faktoru uzlabojumiem, taču lielāko uzsvaru liekot uz mēbelēm. Kā arī tika novērots un secināts, ka darba kultūra un vide uzņēmumā ir labvēlīga un motivējoša, kas liek darbiniekiem sasniegt labākus rezultātus un sniegt lielāku ieguvumu.

Priekšlikumi

Veicot darba izstrādi un veidojot secinājumus, autore izstrādāja priekšlikumus iekšējās vides pilnveidei pārdošanas uzņēmumā.

1. Veikt mēbeļu nomaiņu uzņēmumā (krēslu un galdu maiņa);
2. Skaņas izolācija (izmantot skaņas izolācijas paneļus uz sienām vai griestiem, izvietot telpās nodalošās mēbeles starp darba stacijām/galdiem, nodrošināt kvalitatīvu ventilāciju, lai telpu vēdināšanai nebūtu jāizmanto logi, kas palielina troksni);
3. Stimulēt kolēģu savstarpējo atbalstu, lai tas saglabātos tādā līmenī vai pat augtu (kopēji pasākumi, ikmēneša atskata aptaujas);
4. Saglabāt saikni starp darba devēju un darbiniekiem (regulāri sapulcēs pārskatīt uzņēmuma vīziju un mērķus, veicināt atsauksmes no darbinieku puses).

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Iekšlietu ministrijas veselības un sporta centrs. Darba vides nodaļa (2015). Darba vides iekšējā uzraudzība Iekšlietu ministrijas padotības iestādēs. [skatīts 24.03.2023.]. Pieejams: https://www.vsc.iem.gov.lv/lv/media/113/download
2. Ministru kabineta 2007. gada 2. oktobra noteikumi Nr. 660 "Darba vides iekšējās uzraudzības veikšanas kārtība" (spēkā esošā redakcija). 02.10.2007. [skatīts 23.03.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/164271
3. Swedbank Biznesam (2016). Kas un kā veic darba vides iekšējo uzraudzību? [skatīts 25.03.2023.]. Pieejams: https://biznesam.swedbank.lv/ievads/finanses/kas-un-ka-veic-darba-vides-ieksejo-uzraudzibu-52257

Līga Rubulte. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS NOVĒRTĒŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ

Alberta koledža, studiju programma "Cilvēkresursu vadība", e-pasts: liga.rubulte@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: veicot pētījumu 2023. gadā par personām, kuras strādā dažādās nozarēs, tika apkopoti daudzpusīgi dati, kas ir saistīti ar izdegšanas sindromu. Analizējot iegūtos datus, tika iegūti sekojoši secinājumi – darba laikā netiek ņemtas regulāras pauzes, netiek veikti atbilstoši vingrinājumi, stress veicot darba pienākumus, lai darbinieks varētu saņemt pozitīvu atgriezenisko saiti no sava darba devēja, saskarsme ar somatiskajiem simptomiem, kas ietekmē veselību un pašsajūtu, pildot darba pienākumus. Izdegšanas sindroms samazina darba produktivitāti, kā arī ietekmē darbinieku rotācijas intensitāti uzņēmumos, ietekmējot ne tikai produkta/ pakalpojuma kvalitāti, bet arī palielinot izmaksas, kas nepieciešamas jaunas vakances izsludināšanai un jaunā darbinieka apmācībām.

Pētījuma mērķis: izpētīt biežāk izplatītos faktorus, kas rada profesionālo izdegšanu un izstrādāt priekšlikumus to mazināšanai.

Pētījuma metodes: pētījumā izmantotas jaukta tipa metodes: gan kvalitatīvās, gan kvantitatīvās pētījuma metodes. Kvalitatīvās pētījuma metodes ietver anketas ar atvērta tipa jautājumiem, savukārt kvantitatīvās – ar slēgta tipa jautājumiem.

Sasniegtie rezultāti: pētījuma izstrādes periodā tika iegūta daudzveidīga informācija. Tika izzināta respondentu saskarsme ar izdegšanas sindromu, emocionāliem un somatiskiem faktoriem, tika izpētīta miega kvalitāte; balanss starp privāto dzīvi un darbu. Tāpat tika izpētīts, kādas metodes aptaujātie izmanto, lai novērstu profesionālo izdegšanu. Apkopjot rezultātus, autore secina, ka problēma ir ļoti aktuāla un darba devējam vajadzētu pievērst uzmanību darbinieku mentālajai veselībai.

Atslēgas vārdi: *bezmiegs, stress, izdegšana, pārslodze, motivācija.*

Ievads

Mūsdienās cilvēki saskaras ļoti bieži ar izdegšanas sindromu. Profesionālā izdegšana ir diezgan aktuāla darba tirgū Latvijā. Pētījuma mērķis ir iegūt informāciju, lai varētu izpētīt izplatītākos faktorus, kas rada profesionālo izdegšanu darbā un izstrādāt priekšlikumus.

Mentālajai veselībai tika lielāka uzmanība pievērsta Covid-19 pandēmijas laikā. Cilvēki vairāk sāka strādāt savās mājās un vairs nebija iespēja nošķirt darbu un mājas. No vienas puses uzņēmumam tas sniedza labumu, jo bija iespēja ietaupīt energoresursus un finanses, bet no otras puses darbinieki nes darbu uz mājām, kas ilgtermiņā izveidoja disbalansu starp privāto dzīvi un darbu. Tad, kad pazuda cilvēkiem balanss starp privāto dzīvi un darbu, darba devējs ļoti sāka pievērst uzmanību darbinieku mentālajai veselībai, sniedzot un nodrošinot apmaksātas speciālista vizītes, lai darbinieks spētu tikt galā ar savu mentālo stāvokli. Profesionālā izdegšana ir iekļauta Ministru kabineta noteikumos, kā arī iekļauta arodslimību sarakstā.

Izdegšanas sindroms ir emocionāls un fizisks sabrukums cilvēka organismam. Mūsdienās cilvēki ar izdegšanas sindromu ļoti bieži saskaras, jo ir liels informācijas apjoms, ar kuru mēs ikdienā saskaramies, prasības no vadītāja ir lielākas, stress, ikdienas steiga, pazūd balanss starp privāto dzīvi un darbu un papildu tam uzskaitītās problēmas rada negatīvu darba klimatu un negatīvi iespaido attiecības ar darba kolēģiem. Izdegšanas sindroms sākas ar miega traucējumiem, pastiprinātu trauksmi, paaugstinātu stresa līmeni darba vidē un neskaidriem darba uzdevumiem. Ilgtermiņā saskaroties ar šīm problēmām, cilvēkam ir nemitīgas domas par darbu. Mainās prioritātes, privātā dzīve paliek otrā plānā un sāk veidoties depresija.

Uzkrājoties negatīvām emocijām, hroniskam nogurumam, domām un saskaroties ar somatiskiem simptomiem, cilvēkam noteikti būtu jādodas pie speciālista, kurš viņam spētu palīdzēt. Tiek likts uzsvērums, ka ar profesionālo izdegšanu cilvēks saskaras noteiktās profesijās, kas ir saistītas komunikāciju un palīdzību sniegšanu citiem. Pētījumi tiek biežāk veikti medicīnas nozarē.

Analītiskais apskats

Tā kā Covid-19 pandēmija bieži tiek uzskatīta par stresa, garīgi nogurdinošu faktoru, var pieņemt, ka pandēmija pazemina cilvēku vispārējo garīgo labklājību un tādējādi palielina izdegšanas sindroma gadījumus (Užāns, 2022).

Psihoterapeits skaidro – izdegšanas sindroms rodas no ilgstoša pārmērīga stresa darba vietā, ja šis stress netiek veiksmīgi pārvarēts. Ilgstoši darot kādu darbu un pakāpeniski palielinot slodzi, parasti darba efektivitāte aug līdz maksimālajam punktam. Tā šis satraukums pēc darba var turpināties visu nakti, radot bezmiegu. Rezultātā no rīta cilvēks ir vēl vairāk noguris nekā vakarā, ejot gulēt – viņš "izdeg" (Latvijas Tālrunis, 2019).

"Emocionālajā sfērā izdegšana izpaužas ar nomāktību, cilvēki kļūst ciniski, vienaldzīgi, neieinteresēti ne tikai darbā, bet arī ikdienas aktivitātēs, ātrāk aizkaitināmi. Citiem var dominēt izmaiņas kognitīvajā sfērā, piemēram, iepriekš veiktie darba pienākumi vairs nepadodas tik labi kā agrāk, prasa lielāku piepūli, biežāk tiek pieļautas sev neraksturīgas kļūdas, parādās nespēja koncentrēties," stāsta Rīgas Stradiņa universitātes Psihosomatiskās medicīnas un psihoterapijas katedras docētājs, psihoterapeits Artūrs Miksons. Viņš izdegšanu salīdzina ar lieko svaru, kas nerodas pēkšņi, bet uzkrājas lēnām, pakāpeniski. Jautājums – "Vai pašā sākumā cilvēks to patiešām nepamanīja vai vienkārši ignorēja tā pirmās pazīmes?" (Olševska, 2021).

"Svarīgi ir saprast, ka izdegšanas sindroms var attīstīties jebkuram, bet tas nenozīmē, ka cilvēkam ir kāda nopietna psihopatoloģija. Nevajag kaunēties to atzīt un iet meklēt palīdzību pie ārsta. Ārstēšana šajā gadījumā vienmēr būs kompleksa un ietvers atpūtu, miega režīma regulēšanu, tāpat arī medikamentu terapiju. Iespējams, būs jāņem arī darba nespējas lapa. Tāpat nav jābaidās iet pie darba devēja un godīgi atzīt, ka esi noguris vai pārstrādājies – tas tikai palīdzēs risināt problēmu un atjaunot dzīves kvalitāti," uzsver asoc. prof. S. Purviņa (Purviņa, 2017). Izdegšanas sindroms tiek raksturots kā emocionāls izsīkums, depersonalizācija un personīgo sasniegumu sajūtu trūkums. Depersonalizācija novērojama tad, kad ārsti ārstē pacientus vienaldzīgi un attīsta negatīvu attieksmi pret saviem kolēģiem un profesiju. Izdegšanas sindroms ārstu vidū var radīt negatīvu ietekmi uz pacientu aprūpi un tās kvalitāti (Avota un Millere, 2015).

Identificēt stresa avotus un atpazīt izdegšanas simptomus ir būtiski svarīgi, jo tas ir pirmais solis stresa apzināšanā un stresa samazināšanas programmas uzsākšanā (Uzole, b.g.).

Pētījuma metodoloģija

Veicot pētījumu, tika izmantotas jaukta tipa metodes: kvalitatīvā un kvantitatīvā pētījuma metode. Kvalitatīvā pētījumā metode ietvēra anketā atvērta tipa jautājumus un kvantitatīvās – slēgta tipa jautājumus. Respondenti strādā un darbojas dažādās nozarēs.

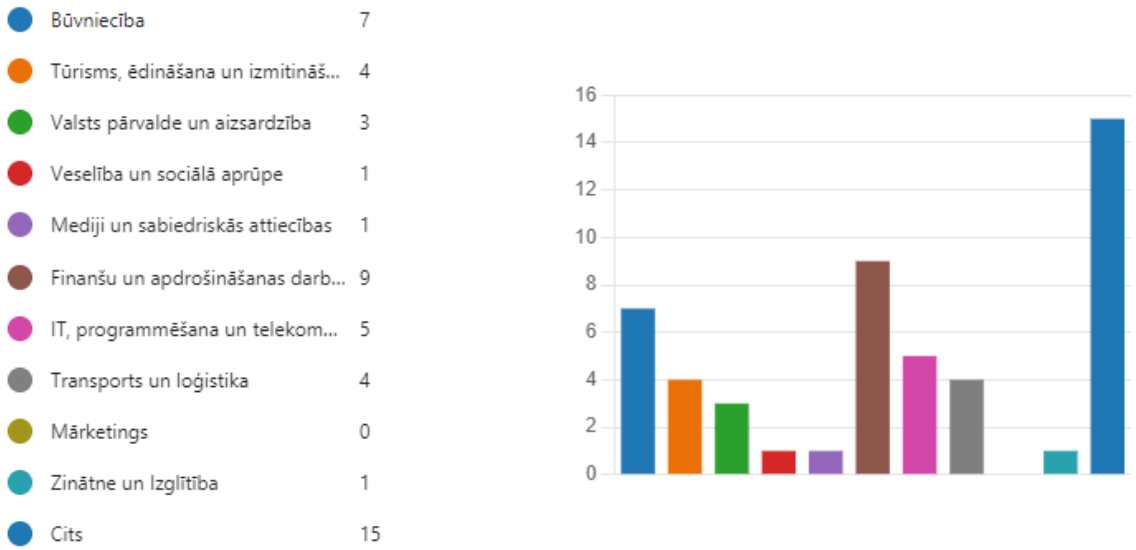
Aizpildot aptauju bija jānorāda: dzimums; vecums; apmierinātība ar darbu; nozare, kurā tie darbojas; cik stundas tiek pavadītas miegā; saskarsme ar bezmiegu un psihoemocionālo stresu darba vietā; respondentu saskarsme ar somatiskiem simptomiem; vai respondenti ir saskārušies ar somatiskiem simptomiem un, ja ir, tad ir iespēja arī iesniegt atbildi, kādas metodes respondenti izmanto, lai novērstu izdegšanas simptomus.

Pirms aptauja tika izstrādāta, tika veikta padziļināta interneta avotu izpēte. Interneta avotu izpēte palīdzēja izanalizēt, cik nopietna problēma tā ir sabiedrībā, kuru, iespējams, var risināt, lai cilvēki darba tirgū neizdeg. Profesionālā izdegšana skar praktiski visas profesijas, par to liecina izstrādātā aptauja, bet interneta avotos tiek uzsvērts, ka visbiežāk izdeg cilvēki, kuriem ir saskarsme ar

citiem cilvēkiem, strādājot vai sniedzot tiem palīdzību.

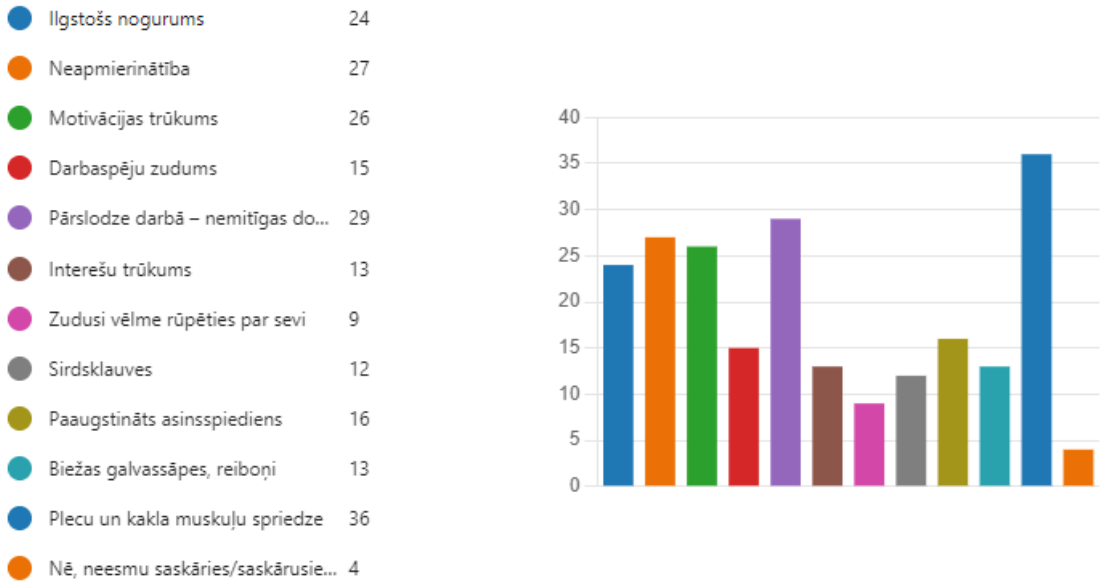
Pētījuma rezultāti

Pētījuma gaitā tika aptaujāti 50 respondenti, kopumā no vairāk kā 11 nozarēm (skat. 1. att.).



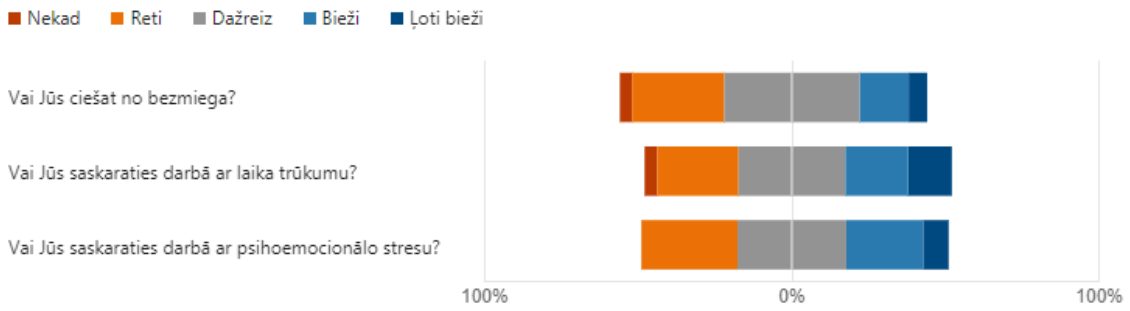
1. att. Respondentu sadalījums pa nozarēm. (Avots: Autores veidots pēc aptaujas datiem)

Pētījuma gaitā respondentiem bija nepieciešams atzīmēt, vai ir saskārušies ar izdegšanas simptomiem. Vairums respondentu ir saskārušies ar ilgstošu nogurumu (skat. 2. att.), kā arī ar pārslodzi darbā. Starp populārākajām atbildēm jāmin arī neapmierinātība, motivācijas trūkums un muskuļu sāpes.

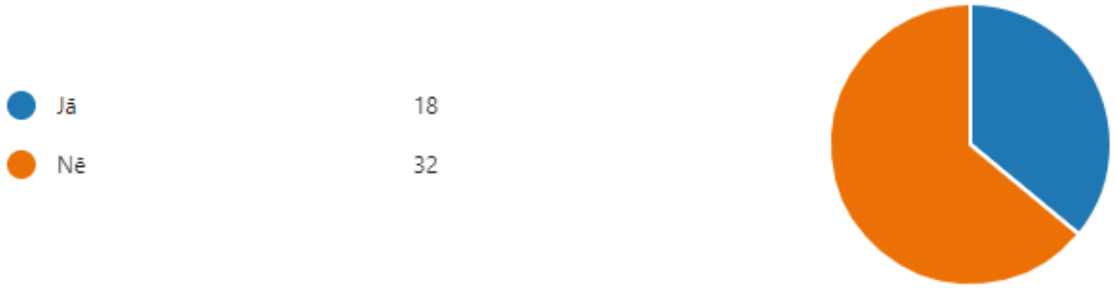


2. att. Vai respondenti ir izjutuši kādu no minētajiem simptomiem, pildot darba pienākumus? (Avots: Autores veidots pēc aptaujas datiem)

Respondenti apstiprina, ka darbs ietekmē bezmiegu, tāpat respondenti atzīst, ka izjūt laika trūkumu un darba vidē atpazīst psihoemocionālo stresu (skat. 3. att.), kas ir izdegšanu veicinoši faktori.



3. att. Respondentu saskarsme ar bezmiegu, laika trūkumu un psihoemocionālo stresu darba vietā. *(*Avots: Autores veidots pēc aptaujas datiem*)*



4. att. Vai respondenti zina, kā novērst izdegšanas simptomus? *(*Avots: Autores veidots pēc aptaujas datiem*)*

18 respondenti, kuri atzīmēja – jā, plašāk izklāstīja viņu metodes, kuras palīdz novērst radušos izdegšanas simptomus. Dati tika iegūti no brīva teksta komentāriem, kurus respondenti izklāstīja papildus jautājumā. Respondenti visbiežāk ir minējuši, ka sports, veselīgs dzīves veids un jebkāda veida fiziskās aktivitātes palīdz vislabāk noturēt sevi balansā, lai neizdegtu darba vidē (skat. 4. att.).

Secinājumi

1. 70 % respondentu ir bijusi saskarsme ar izdegšanas sindromu, bet 30 % nav.
2. 36 % no respondentiem ir zināšanas, kā novērst izdegšanu, bet 64 % to nav. Dati rāda, ka šī ir nopietna problēma darba tirgū Latvijā.
3. Izdegšanas sindroms rada situācijas, kad organismam nav pilnvērtīga veiktspēja, pārņem depresija un citas nopietnas problēmas.

Priekšlikumi

1. Labklājības ministrijai vajadzētu izveidot informatīvu kampaņu, lai apzinātu konkrētas nozares pārstāvjus. Informatīvajā kampaņā būtu jāatspoguļojas šādai informācijai – kā atpazīt izdegšanu, kāds būtu rīcības plāns un pie kādiem speciālistiem vērsties nepieciešamības gadījumā. Pēc autores domām šāda tipa informatīva kampaņa varētu uzlabot

dažādu nozaru pārstāvju kompetenci par profesionālo izdegšanu darba vidē, lai spētu to priekšlaicīgi novērst.

2. Darba devējam vajadzētu nodrošināt uzņēmuma iekšienē darbinieku intervijas ar ārēju konsultantu vai speciālistu, lai noskaidrotu vai darbinieki necieš no izdegšanas sindroma. Autore domā, ka šī varētu būt ļoti laba metode, jo darbiniekam nebūtu jābaidās un jāuztraucas, ko darba devējs padomās, ja uzņēmuma darbiniekam būs izdegšanas sindroms. Darbiniekiem ir bail runāt par savām emocijām un lietām, kas neapmierina darba vidē, pildot darba pienākumus, jo darbiniekam ir bail zaudēt darbu vai tikt aizstātam. Apkopojot intervijas rezultātus, speciālists varētu katram individuāli sniegt palīdzību un atbalstu, ja tas būtu nepieciešams. Iespējams, ka šāda metode varētu uzlabot darbinieku apmierinātību, labsajūtu un motivāciju darba vidē, pildot darba pienākumus.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Avota, M., Millere A. (2015). Izdegšanas sindroms praktizējošiem ārstiem Latvijā. [skatīts 23.03.2023.]. Pieejams: https://www.rsu.lv/zinatniskie-raksti/izdegsanas-sindroms-praktizejosiem-arstiem-latvija?fbclid=IwAR1PRkAU5TiMLL6MwoRvmCDTl3oWdedKDb9A2uO9QKL5SwhDDm7CJxBo1gA
2. Latvijas Tālrunis (2019). Izdegšanas sindroms: Pazīmes, iemesli un padomi novēršanai. [skatīts 23.03.2023.]. Pieejams: https://medicine.lv/raksti/izdegsanas-sindroms-pazimes-iemesli-un-padomi-noversanai-e0a3bf56f4
3. Oļševska, R. (2021). Pārslodzes sekas – izdegšana. [skatīts 25.03.2023.]. Pieejams: https://news.lv/Latvijas_Avize/2021/09/23/parslodzes-sekas-izdegsana
4. Purviņa, S. (2017). RSU eksperts: Izdegšanas sindroms ir slimība, nevis slinkums. [skatīts 25.03.2023.]. Pieejams: https://www.rsu.lv/aktualitates/rsu-eksperts-izdegsanas-sindroms-ir-slimiba-nevis-slinkums
5. Uzole, T. (b.g.). Skolotāja pašcieņa un stresa vadīšana. [skatīts 25.03.2023.]. Pieejams: https://profizgl.lu.lv/mod/book/view.php?id=16480&chapterid=3234&fbclid=IwAR3zezIE4uUh6umQrfAlUpuCH7TYzKdth4vlOF6x0AlHZSIoocMJvVBBlWk
6. Užāns, A. (2022) Latvijas Universitātes medicīnas studentu izdegšanas sindroms un tā saistība ar pašnāvību, salīdzinājums pirms/COVID-19 pandēmijas – interneta aptaujas rezultāti. [skatīts 23.03.2023.] Pieejams: https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/61706?fbclid=IwAR2YkYcDnzhVFJyCSnIHXHknFbu0MYlaUPgsE396DJS7JreuRsIdOtaBaoM

Liene Maka, Renārs Mareks Uzulniks. IZDEGŠANU IETEKMĒJOŠIE FAKTORI PĀRDEVĒJIEM-KONSULTANTIEM MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma "Cilvēkresursu vadība", e-pasts: lienemaka@gmail.com, renars.m.u@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: praktiski gandrīz puse (48 %) darba ņēmēju pēdējā gada laikā ir piedzīvojuši kādu no profesionālās izdegšanas pazīmēm. Salīdzinoši biežāk tie ir bijuši tirdzniecības nozarē strādājošie darbinieki (Kantar TNS, 2018). Tirdzniecības nozarē šī problēma ir īpaši aktuāla, jo ir jāstrādā maiņas ar garām darba stundām, pārsvarā darbs ar klientiem ir emocionāli izsmeļošs un bieži vien ir novērojama liela personāla mainība, kas uzliek papildus slodzi jau esošajam personālam. Lai visi šie un citi faktori nenovestu pie darbinieku izdegšanas vai darba uzteikšanas, uzņēmumam ir jārūpējas par darbinieku labklājību un labsajūtu. Šobrīd publiski pieejamā informācija, kas atrodama plašsaziņas līdzekļos un uzņēmumu tīmekļa vietnēs, liecina par atsevišķiem Latvijā esošiem uzņēmumiem, kas rūpējas par savu darbinieku labklājību, bet jāatzīst, ka tie galvenokārt ir Latvijas lielie uzņēmumi (Bole, 2022).

Pētījuma mērķis: izdegšanu ietekmējošo faktoru izpēte mazumtirdzniecības uzņēmumā un priekšlikumu izstrāde situācijas uzlabošanai.

Pētījuma metodes: zinātniskās literatūras analīze un sintēze, jauktas metodes anketēšana, grafiskā analīze un loģiski-konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autori pēta un analizē zinātniskus resursus par izdegšanu un to ietekmējošajiem faktoriem. Otrajā daļā darba autori anketē pārdevējus-konsultantus autoru izvēlētā mazumtirdzniecības uzņēmumā un analizē iegūtos rezultātus. Trešajā daļā tiek izstrādāti secinājumi un priekšlikumi pārdevēju-konsultantu labsajūtas uzlabošanai konkrētajā uzņēmumā. Ņemot vērā, ka lielai daļai uzņēmuma pārdevēju-konsultantu ir vērojamas izdegšanas pazīmes, lai uzlabotu pārdevēju-konsultantu labsajūtu un mazinātu izdegšanu veicinošos faktorus, iesakām uzņēmuma vadībai un personāla vadības nodaļai izvērtēt darbinieku noslogojumu ikdienā, censties maksimāli respektēt darbinieku brīvo laiku, rīkot apmācības darbiniekiem par stresa kontroli ikdienā un strādājot klientu apkalpošanas nozarē. Kā arī veikt apmācības tiešajiem vadītājiem par darbinieku labbūtību, profesionālās izdegšanas simptomātiku un negatīvajām sekām. ko tā rada. Šādu zināšanu iegūšana tiešajiem vadītājiem ļautu identificēt sākotnējās izdegšanas pazīmes un mazināt darbinieku izdegšanas risku un ar to saistītās negatīvās sekas.

Atslēgas vārdi: *izdegšana, klientu apkalpošana, personāls, darbinieku labsajūta.*

Ievads

Personāla motivācija ir aktuāls temats katrā uzņēmumā, jo darbinieku labsajūta tieši ietekmē uzņēmuma attīstību un produktivitāti. Rūpēties par esošo darbinieku labsajūtu un izstrādāt veiksmīgu personāla motivēšanas sistēmu uzņēmumā ir ekonomiski izdevīgāk nekā meklēt, pieņemt darbā un apmācīt jaunus darbiniekus, jo iepriekšējie darbinieki izdegšanas vai citu nelabvēlīgu darba apstākļu dēļ ir darbu uzteikuši. Tikai 41 % no darbiniekiem būtu gatavi runāt ar savu darba devēju par izdegšanas pazīmēm, savukārt gandrīz puse darbinieku (48 %) nebūtu gatavi runāt ar savu darba devēju par piedzīvotajām profesionālās izdegšanas problēmām (Kantar TNS, 2018).

Pētījuma mērķis ir izdegšanu ietekmējošo faktoru izpēte mazumtirdzniecības uzņēmumā un priekšlikumu izstrāde situācijas uzlabošanai.

Pētījuma uzdevumi:

1. Izpētīt zinātniskos resursus un pētījumus par izdegšanu un tās ietekmējošajiem faktoriem, vairāk koncentrējoties uz pārdošanas un klientu apkalpošanas nozarēm;
2. Sagatavot jaukta tipa aptaujas anketas, aptaujāt pārdevējus-konsultantus autoru izvēlētā mazumtirdzniecības uzņēmumā un analizēt iegūtos rezultātus.
3. Izdarīt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus autoru izvēlētā mazumtirdzniecības uzņēmuma personāla motivēšanas pilnveidei.

Pētījumu metodes, kuras izmantotas darba sagatavošanā:

1. zinātniskās literatūras analīze – izdegšanas teorētiskie aspekti un to ietekmējošie faktori, uzmanību vēršot pārdošanas un klientu apkalpošanas nozarēm;
2. jauktas metodes anketēšana – autoru izvēlētā mazumtirdzniecības uzņēmuma pārdevēju-konsultantu anketēšana;
3. grafiskā analīze – anketu rezultātu atspoguļošana grafikos un tabulās un to analizēšana;
4. loģiski-konstruktīvā metode – priekšlikumu izstrāde, balstoties uz pētījuma secinājumiem.

Būtiskākie priekšlikumi: izvērtēt darbinieku noslogojumu ikdienā, censties maksimāli respektēt darbinieku brīvo laiku, rīkot apmācības darbiniekiem par stresa kontroli ikdienā un strādājot klientu apkalpošanas nozarē. Kā arī veikt apmācības tiešajiem vadītājiem par darbinieku labbūtību, profesionālās izdegšanas simptomātiku un negatīvajām sekām, ko tā rada.

Analītiskais apskats

Pēdējo gadu laikā arvien aktīvāk tiek runāts par darbinieku garīgo labklājību darba vietā, jo izdegšana veicina zemu profesionālo morāli, darba kvalitātes pazemināšanos, darba kavējumus, fiziskas saslimšanas, apreibinošo vielu lietošanu, konfliktus ģimenē un citas psiholoģiskās un fiziskās veselības problēmas. Darba devēji arvien vairāk sāk apzināties, ka rūpēties par esošo darbinieku garīgo labklājību ir finansiāli izdevīgāk nekā meklēt, algot un apmācīt jaunus darbiniekus. Tomēr iemesls, kāpēc uzņēmumi ne vienmēr investē līdzekļus veselībā, ir tas, ka ir grūti pierādīt fundamentālas attiecības starp veselību un uzņēmējdarbību (Bole, 2022).

Pēc Slimību profilakses un kontroles centra (SPKC) publicētās informācijas par izdegšanas pazīmēm uzskata:

- Emocionālās izpausmes (biežas garastāvokļa maiņas, nomāktība, emocionāls izsīkums, viegla aizkaitināmība, vienaldzība, trauksme);
- Ar domāšanu saistītās izpausmes (grūtības koncentrēties un pieņemt lēmumus, pasliktināta atmiņa, neloģiska, iestrēgstoša un shematiska domāšana);
- Fiziskās izpausmes (hronisks nogurums, biežas galvassāpes, plecu un kakla muskuļu saspringums, muguras sāpes, svara svārstības, sirdsklauves, paaugstināts asinsspiediens, biežāka saaukstēšanās, hronisku slimību saasināšanās);
- Uzvedības izpausmes (biežāka atkarību izraisošu vielu lietošana, aizmāršīgums un paviršība, absentisms (darba kavēšana vai neierašanās darbā), presentisms (fiziska atrašanās darbā, bet neproduktīva darba veikšana));
- Ar motivāciju saistītās izpausmes (motivācijas, aizrautības un intereses par darbu trūkums, nepatika pret savu darbu, negatīvs sava darba vērtējums) (SPKC, 2016).

Latvijā izdegšanas sindroms ir iekļauts arodslimību klasifikatorā. Ar kodu “Z73.0 Pārpūle”, kurā ietilpst:

- Spēku izsīkums;
- Izdegšanas sindroms (PVO, 2019).

Psihosociālie riski un stress darbā ir viena no galvenajām darba drošības un veselības aizsardzības problēmām Eiropā. Tie būtiski ietekmē ne tikai personu veselību, bet arī organizāciju un valstu ekonomiku labklājību. Par galvenajiem darba apstākļiem, kas rada psihosociālos riskus, tajā skaitā profesionālo izdegšanu, ir uzskatāmi:

- pārmērīga darba slodze;
- pretrunīgas prasības un neskaidri noteikti darba pienākumi;
- lēmumu pieņemšana attiecībā uz darbiniekiem, neiesaistot viņus šajā procesā, kā arī norāžu nesniegšana par to, kā darbs ir jāveic;
- nepārdomāta organizatorisko pārmaiņu pārvaldība, nedrošība par savu darba vietu;
- neefektīva komunikācija, atbalsta trūkums no vadības un kolēģu puses (Eiropas Darba drošības un veselības aizsardzības aģentūra, 2021).

Pasaules Veselības organizācijas (PVO) 2001. gadā sniegtā garīgās veselības definīcija skan šādi: labklājības stāvoklis, kad persona apzinās savas spējas, var tikt galā ar parastām dzīves stresa situācijām, var strādāt ražīgi un auglīgi un ir spējīga veikt ieguldījumu savā kopienā. Garīgo veselību ietekmējošie faktori ir atrodami gan darba vietā, gan ārpus tās. Ārpus darba vietas tie ir faktori, kas saistīti ar personu un tā uzvedību, kā arī vispārējā fiziskā un psihosociālā vide. Darba vietā ir gan iepriekš minētie faktori, gan tādi psihosociālie apdraudējumi kā neatbilstoša darba slodze, slikts vadības stils, slikta saziņa darbā, kā arī daudzi citi (Eiropas komisija, 2017).

Ekonomisku apsvērumu dēļ ir svarīgi identificēt un samazināt darba stresa kaitīgo ietekmi tā agrīnā posmā, kas savukārt samazina darbinieku ilgtermiņa darba kavējumus vēlāka stresa ietekmes attīstības posmā (Bole, 2022). Bet kā jau iepriekš tika minēts, ka stress darbā un izdegšanu veicinošie faktori ietekmē ne tikai darbinieku, darba devēju un uzņēmumu kopumā, bet arī valsts ekonomikas labklājību un sabiedrību kopumā. Uzņēmuma atbildība vairs nav saistīta tikai ar peļņas aspektiem, tā ir arī atbildība par cilvēkiem un apkārtējo vidi (Bole, 2022).

Pēc "Kantar TNS" datiem galvenie pozitīvas emocionālās labsajūtas darbā faktori no biežāk izvēlētā uz retāk izvēlēto ir: labas attiecības ar kolēģiem, darba stabilitāte, darba un darba satura pievilcīgums, prieks par to, ka ir darbs, labs darba un privātās dzīves līdzsvars, labas attiecības ar tiešo vadītāju, optimāla darba slodze, labs atalgojums, novērtējuma un atbalsta sajūta u.c. (Kantar TNS, 2022).

Lielai sabiedrības daļai darbam veltītais laiks ir ļoti būtiska dzīves sastāvdaļa, tādēļ garīgās labklājības nodrošināšanai uzņēmumā ir ļoti liela nozīme garīgās veselības nodrošināšanā. Līdz ar to darba devēju iesaistīšanās šo jautājumu risināšanā kļūst par personāla vadības uzdevumu (Bole, 2022).

Pētījuma metodoloģija

Lai novērtētu izdegšanu ietekmējošos faktorus pārdevējiem-konsultantiem autoru izvēlētajā mazumtirdzniecības uzņēmumā, kā galvenā pētījuma metode tika izmantota anketēšana, lai iegūtu statistikas informāciju par pārdevēju-konsultantu vispārējo labsajūtu darba vietā, ikdienas paradumiem un darba vides ietekmi, kas potenciāli varētu ietekmēt izdegšanu.

Aptaujas anketā kopumā bija 16 jautājumi, no kuriem 9 slēgta tipa, bet 7 atvērta tipa jautājumi. Izvēlētā mazumtirdzniecības uzņēmuma pārdevējiem-konsultantiem, sadarbībā ar uzņēmuma personāldaļu, tika izsūtītas aptaujas anketas. Sastādot anketu, gatavās atbildes tika piedāvātas, lai iegūtu statistiski kvalitatīvu informāciju, piemēram, darba pieredzi klientu apkalpošanas sfērā kopumā un esošajā uzņēmumā, u.c. Respondentu statistikai tika arī ievākta informācija par

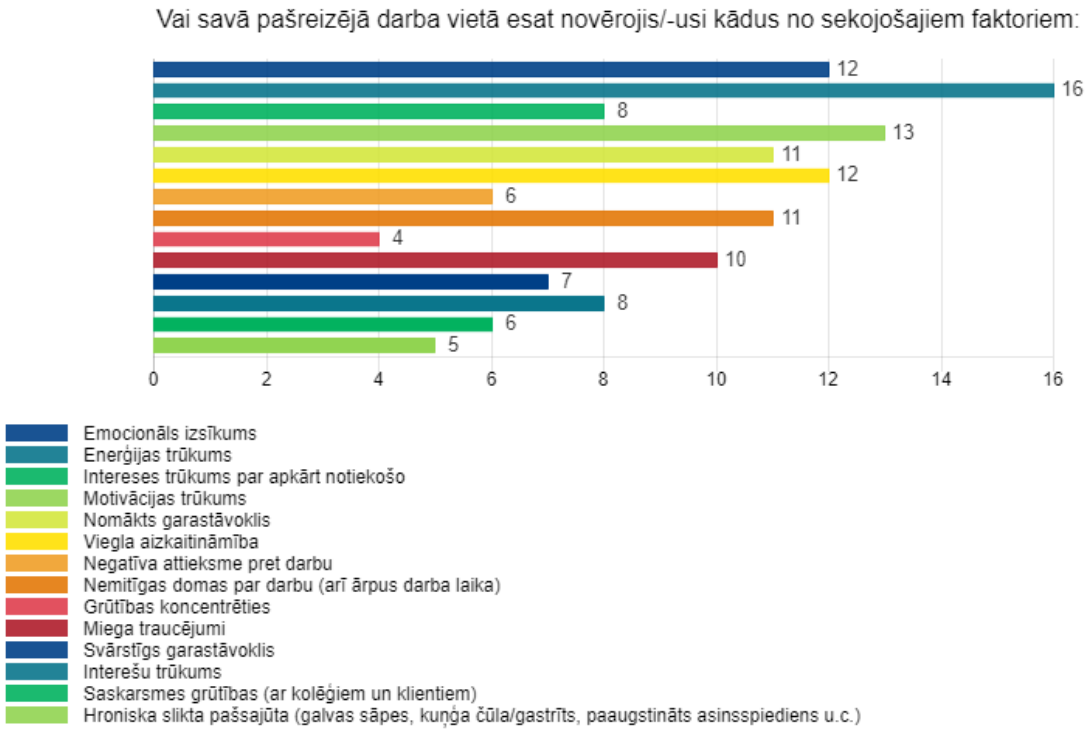
respondentu vecumu un dzimumu.

Kopumā autoru izvēlētajā mazumtirdzniecības uzņēmumā ir aptuveni 70 pārdevēji-konsultanti, no kuriem tika aptaujāti 21. No šiem 21 respondentiem 8 vīrieši un 13 sievietes, kuru vidējais vecums 29,8 gadi.

Pētījuma rezultāti

Pētījuma respondenti ir pārsvarā gados jauni cilvēki, 14 no 21 respondenta ir vecumā līdz 30 gadiem. Aptaujātajiem pārdevējiem-konsultantiem ir salīdzinoši liela pieredze darbā klientu apkalpošanas nozarē, 57,1 % (12 respondenti) darbā, kas saistīts ar klientu apkalpošanu, strādā 5 vai vairāk gadus, bet tikai 14,3 % (3 respondenti) 1–2 gadus un neviens respondents nenorādīja, ka pieredze klientu apkalpošanas nozarē ir mazāka kā 1 gads. Var novērot arī, ka uzņēmumā nav ļoti izteikta darbinieku mainība, jo 19 % (4 respondenti) esošajā uzņēmumā strādā mazāk kā vienu gadu, bet 28,6 % (6 respondenti) šajā uzņēmuma ir nodarbināti 5 vai vairāk gadus.

Atbildot uz jautājumu, kurus no zemāk esošajiem faktoriem esat novērojis/-usi pašreizējā darba vietā, visbiežāk norādītie faktori: enerģijas trūkums (76,19 %) un motivācijas trūkums (61,9 %). Toties visretāk norādītie faktori ir grūtības koncentrēties (19,05 %) un hroniska slikta pašsajūta (galvas sāpēs, kuņģa čūla/ gastrīts, paaugstināts asinsspiediens u.c.) (23,81 %), skat.1. att.



1. att. Negatīvie faktori (Avots: autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pētot respondentu smēķēšanas un kafijas lietošanas paradumus nedaudz vairāk nekā puse (11 respondentu), norādīja, ka ir novērojuši smēķēšanas un kafijas lietošanas paradumu maiņu savā darba vietā, personāls lieto vairāk kofeīnu saturošu produktu, kad ir vairāk darba stundu nekā parasti, miega trūkums un arī gada tumšajos mēnešos tiek novērota biežāka kofeīna saturošo produktu uzņemšana. Daļa respondentu ir novērojuši, ka kafiju sākuši dzert arī kolēģi, kas iepriekš kafiju ikdienā nav dzēruši. Smēķēšanas pauzes tiek izmantotas stresa mazināšanai, kompānijas pēc, kā arī dienās, kad darba ir mazāk, lai kavētu laiku.

19 % (4 respondenti) ikdienā miegam velta vidēji mazāk nekā 6 stundas, kas var būt par pamatu papildu nogurumam. Brīvajā laikā vairāk nekā puse respondentu nodarbojas ar hobijiem un sportiskām aktivitātēm, tomēr gandrīz 30 % respondentu norāda, ka brīvajā laikā neatliek laika hobijiem un sportiskām aktivitātēm vai ir pārāk noguruši un vēlas tikai atpūsties, darba slodzes dēļ un maiņu darba dēļ ir grūti ieplānot regulārus treniņus vai citas brīvā laika aktivitātes.

Katru reizi dodoties uz darbu tikai 15,6 % (5 respondenti) izjūt priecīgu satraukumu par gaidāmo darba dienu, kamēr 68,7 % atbilžu ir pie neitrālas sajūtas vai pienākuma sajūtas, bet grūti saņemties gaidāmajai darba dienai un vairāk izjūt negatīvas emocijas ejot uz darbu ir 12,5 % (4 respondenti). Turpretī pēc darba dienas vairāk pozitīvi savas sajūtas vērtē tikai 14,29 % (3 respondenti), 28,57 % (6 respondenti) sajūtas ir neitrālas vai atkarīgas no tā, kā darba dienā ir veicies, bet 57,14 % savas sajūtas raksturo: emocionāls izsīkums, nogurums, emocionāli un fiziski izsmelts, nomāktība, "beidzot darbs ir galā".

57 % (12 respondenti) esošajā darba vietā uzskata, ka tiek uzklausīti un novērtēti, norāda, ka tiek uzklausīti un sadzirdēti darbinieku viedokļi un, ja iespējams, izpildīti ieteikumi, kā arī rīkotas dažādas motivācijas spēles, izteiktas uzslavas par labu darbu. 23,81 % (5 respondenti) norāda, ka ne vienmēr vai reti tiek uzklausīti un novērtēti vai arī grūti atbildēt uz šādu jautājumu. 19,05 % (4 respondenti) uzskata, ka netiek uzklausīti un novērtēti, vadības attieksme pret padotajiem ir pavirša, brīvdienās tiek rīkotas neapmaksātas mācības, kas dažkārt nemaz nav noderīgas.

Attiecības starp kolēģiem kā labas novērtē 66,67 % (14 respondenti), akcentējot, ka darba kolektīvs ir saliedēta komanda, kolēģi ir izpalīdzīgi, draudzīgi, uzlabo garastāvokli un motivē strādāt labāk. 23,81 % norāda, ka attiecības ar kolēģiem ir neitrālas vai labas, izņemot ar dažiem kolēģiem, ar kuriem gadās konfliktu situācijas. Turpretī 9,52 % (2 respondenti) uzskata, ka attiecības starp kolēģiem ir sliktas un iezīmējas profesionālā sāncensība un bieži rodas konfliktu situācijas, nespējot sadalīt klientus.

Vairāk kā puse respondentu norāda, ka uzņēmumā tiek piedāvātas apmācības kvalifikācijas celšanai un izaugsmes iespējas, bet norāda, ka ceļš uz attīstību esot ļoti ilgs un grūts un vakantie amati augstāk kvalificētiem darbiem parādās ļoti reti.

Secinājumi

Vairāk nekā puse no respondentiem ir saskārušies ar izdegšanas simptomiem. 60 % (12 respondenti) ir novērojuši intereses trūkumu par apkārt notiekošo un emocionālu izsīkumu, kas jau ir uzskatāmas par būtiskām izdegšanas pazīmēm. 75 % (15 respondenti) ir izjutuši vispārējas noguruma pazīmes, kas varētu būt skaidrojams ar maiņu darba grafika specifiku. Pēc iegūto rezultātu analīzes un salīdzinājuma ar citiem pētījumiem, var secināt, ka konkrētajā uzņēmumā liela daļa darbinieku ir saskārušies ar kādu no izdegšanas pazīmēm salīdzinoši biežāk nekā vidēji citos pētījumos. Vidējais rādītājs ir aptuveni 50 %, bet šajā uzņēmumā saskārušies ar izdegšanas simptomiem ir 75 %. Ir saskatāma sakarība starp nemitīgām domam par darbu ārpus darba laika un izdegšanas simptomātiku. Izvērtējot aptaujas rezultātus, iezīmējās respondenti, kas kā būtisku problēmu min grūtības darba nodalīšanā no atpūtas, ko skaidro ar lielu darba slodzi un neapmaksātu apmācību rīkošanu to brīvdienās, tādējādi neļaujot atslābināties atpūtai veltītajās dienās.

Vienlaikus var secināt, ka neskatoties uz to, ka gandrīz 75 % darbinieku ir saskārušies ar izdegšanas pazīmēm, darbinieku mainība uzņēmumā ir salīdzinoši zema – 19 % (4 respondenti) esošajā uzņēmumā strādā mazāk nekā vienu gadu, bet 28,6 % (6 respondenti) šajā uzņēmumā ir nodarbināti 5 vai vairāk gadus.

Darbinieku labbūtībai ir jābūt uzņēmuma prioritātei, darbojoties klientu apkalpošanas sfērā, jo darbinieku pašsajūta būtiski ietekmē darbinieku produktivitāti un apkalpošanas līmeņa kvalitāti. Kā liecina pētījumi, darbinieku izdegšanas negatīvās sekas – rodas iespēja zaudēt jau vērtīgus un pieredzējušus darbiniekus, kā arī to produktivitāte būtiski samazinās. Saprotot to, ka izdegšanas

simptomi konkrētajā uzņēmumā ir biežāk sastopami nekā vidēji darba ņēmēju vidū – uzņēmuma vadībai būtu nepieciešams izvērtēt darbinieku noslogojumu ikdienā, iedziļinoties šāda kopējā noskaņojuma cēloņos un censties veikt uzlabojumus darba pienākumu sadales struktūrā vai kopējā noslogojuma līmenī, kā arī izvērtēt iespēju rīkot apmācības ar kvalificētiem speciālistiem par stresa kontroli un labsajūtu ikdienā, strādājot klientu apkalpošanas sfērā.

Svarīgi ir spēt identificēt profesionālās izdegšanas pirmās būtiskās pazīmes. Šajā aspektā būtiska nozīme tiešo vadītāju izglītošanai par darbinieku labbūtību, izdegšanas simptomātiku, kā arī tās negatīvajām sekām, ņemot vērā kopējos iegūtos rezultātus. Profesionālās izdegšanas laicīga identificēšana ļautu novērst ar to saistītās negatīvās sekas gan individuāli, gan uzņēmumā kopumā.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Bole, D. (2022). Kā panākt darbinieku uzplaukumu. Rīga: Biznesa augstskola Turība.
2. Eiropas komisija (2017). Garīgās veselības veicināšana darbavietā: pamatnostādnes par to, kā īstenot visaptverošu pieeju. Luksemburga: Eiropas Savienības Publikāciju birojs.
3. Eiropas komisija (2019). Stress un izdegšana - vai tā tiešām kļūst par mūsu ikdienu. Luksemburga: Eiropas Savienības Publikāciju birojs.
4. Eiropas Darba drošības un veselības aizsardzības aģentūra (2021). Psihosociālie riski un stress darbā. Luksemburga: Eiropas Savienības Publikāciju birojs.
5. Kooperatīvās ilgtspējas un atbildības institūts un pētījumu kompānija "Kantar TNS" (2018). Darbinieku vidū iezīmējas profesionālās "izdegšanas" problēma. [skatīts 05.01.2023.]. Pieejams: https://www.kantar.lv/newsletters/tnsab55/darbinieku-vidu-iezimejas-profesionalas-izdegsanas-problema/
6. Kooperatīvās ilgtspējas un atbildības institūts un pētījumu kompānija "Kantar TNS" (2019). Katrs otrais strādājošais savu emocionālo stāvokli darbā raksturo kā kopumā pozitīvu. [skatīts 05.01.2023.]. Pieejams: https://www.kantar.lv/katrs-otrais-stradajosais-savu-emocionalo-stavokli-darba-raksturo-ka-kopuma-pozitivu/
7. Kooperatīvās ilgtspējas un atbildības institūts un pētījumu kompānija "Kantar TNS" (2022). 76% strādājošo savu emocionālo labsajūtu darbā vērtē kopumā pozitīvi, kamēr 18% – kopumā negatīvi. [skatīts 05.01.2023.]. Pieejams: https://www.kantar.lv/76-stradajoso-savu-emocionalo-labsajutu-darba-verte-kopuma-pozitivi-kamer-18-kopuma-negativi/
8. SPKC (2016) Izdegšana darbā: fakti, pazīmes, profilakse. [skatīts 05.01.2023.]. Pieejams: https://www.spkc.gov.lv/lv/psihiskas-veselibas-veicinasana/infografika_izdegsana_darba1.pdf

Milana Palamara. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS UZŅĒMUMOS LATVIJĀ

Alberta koledža, studiju programma "Cilvēkresursu vadība", e-pasts: milana8172@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Latvijas uzņēmumos darbinieki bieži jūtas uz izdegšanas robežas, izsmelti un stresa stāvoklī. Strādājošie darbā pavada lielu daļu savas dzīves, tāpēc ir svarīgi, lai darba vide būtu droša, sakārtota un komfortabla, lai darbinieki tajā netiktu pakļauti emocionāliem vai fiziskiem draudiem, lai darba devēju attieksme ir objektīva un atbalstoša, un darbinieku iespējas ir vienlīdzīgas. Balstoties uz "TV3 *Group"* veikto pētījumu par darbu Covid-19 apstākļos, kas veikts 26.04.2021., secināts, ka lielā daļā uzņēmumu dominē dažādas negatīvās emocijas. Latvijas uzņēmumos vislielākā disonanse starp vēlamo un esošo situāciju vērojama mērījumos par izsmeltības sajūtu jeb izdegšanu, stresa līmeni, apjukumu un netaisnības sajūtu. Turpretī kā pozitīvu aspektu daudzi nodarbinātie min pandēmijas laikā pieaugušo patstāvības līmeni – iespēju strādāt patstāvīgi, vairāk plānojot savu ikdienu un laiku. Lai gan pandēmija vairs nav tik aktuāla, uzkrātais stress uzreiz nepazūd. Privātā vidē iegūts stress var pārnesties uz darba vidi, attiecīgi samazinot produktivitāti. Saglabājot mierīgu darba vidi un izvairoties no stresa situācijām, uzņēmumos uzlabotos produktivitāte un darba kvalitāte.

Pētījuma mērķis: pamatojoties uz iepriekš minēto informāciju, mans mērķis ir izstrādāt priekšlikumus stresa līmeņa mazināšanai Latvijas uzņēmumos. Izpētīt dažādus avotus un izdarīt secinājumus, kas rada stresu darba vidē.

Pētījuma metodes: izstrādāt priekšlikumus stresa līmeņa mazināšanai uzņēmumos Latvijā.

Sasniegtie rezultāti: pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autore pēta un analizē dažādus informācijas avotus, salīdzina datus par dažādiem Latvijas uzņēmumiem. Otrajā daļā darba autore izdara secinājumus un novērtē situāciju uzņēmumos. Trešajā daļā darba autore formulē secinājumus un izstrādā priekšlikumus stresa līmeņa mazināšanai.

Atslēgas vārdi*: stress, darba vide, vadība.*

Ievads

Darba vides riska faktoru novēršana nozīmē izvairīšanos no tādu situāciju un nejaušību rašanās, kas var jebkādi kaitēt darbinieka veselībai vai labsajūtai. Šī atziņa nozīmē, ka ir jāapzinās un jāiepazīst ne tikai kaitējumi, kas var tikt nodarīti indivīda veselībai, bet arī šo kaitējumu iespējamie cēloņi. Darba vidē indivīdu var apdraudēt ne tikai tehniskie un fiziskie apstākļi, bet arī psiholoģiskie. Pat, ja tehnisku iemeslu dēļ radušās fiziska rakstura problēmas ir visacīmredzamākās, visbiežākās, nedrīkst aizmirst, ka nebūt ne tik reti ir sastopamas psihosociālas izcelsmes problēmas, ko izraisa nejaušības. Tas nopietni atbalsojas ne tikai indivīda veselībā un labsajūtā, bet arī tādos aspektos kā darba efektivitāte un kvalitāte. Daudzi pētījumi pievēršas attiecībām, kas pastāv starp daudzveidīgajām fiziska, psiholoģiska un sociāla rakstura problēmām un psihosocioloģiskajiem darba apstākļiem. Tas, ka pētījumi izdarīti no dažādām perspektīvām, ir ļāvis izvirzīt dažādas teorijas minēto problēmu un attiecību skaidrošanai. Turklāt jāatzīmē, ka psihoemocionālās problēmas ietekmē ļoti daudzus cilvēkus, tāpēc sabiedrībā ir liela interese un daudz jautājumu par šo tēmu. Kopumā nav vienprātības par definējumiem: stress, neapmierinātība ar darbu, emocionālā vardarbība utt. Visa iepriekšminētā dēļ ir lietderīgi pārrunāt šos jēdzienus, iepazīt to īpatnības un definīcijas, kā arī procesus, kādos tie rodas.

Latvijā nodarbinātie strādā garas stundas un prasības darba kvalitātei pieaug. Tas var būt saistīts ar to, ka strādājot attālināti izplūst robeža starp darba un brīvo laiku. Tāpat problēmas rada pārmaiņu un nenoteiktības izraisīts stress. Apjukuma sajūtu var radīt slikti saplānots vai

organizēts darbs, kad trūkst skaidru prioritāšu, sadarbības, komunikācijas. Arī šīs problēmas var būt saistītas ar attālināto darbu un citām pandēmijas laika pārmaiņām uzņēmumos. Paaugstināta stresa apstākļos šobrīd strādā gan uzņēmumu vadītāji, gan darbinieki. Darbinieku vidū stress nereti saistīts ar informācijas trūkumu – gan par uzņēmuma un personīgo nākotni, gan par darba ikdienu. Darba devējiem mērķtiecīgi jāpievērš uzmanība stresu izraisošajiem faktoriem un stresa novēršanas iespējām. Tās var būt mācības par stresa kontrolēšanu un darba plānošanu, darbinieku regulāra informēšana par uzņēmumā notiekošo un atgriezeniskās saites sniegšana par darba rezultātiem. Taču kopumā emocionālo vidi darbavietā var uzlabot arī veselīgs humors un sarunas par ārpusdarba tēmām starp kolēģiem, kādu patlaban nereti iztrūkst. Tieši stresu darbinieki šobrīd atzīst par darbā vistraucējošāko sajūtu. Savukārt atbildot uz jautājumu, kādas emocijas visvairāk palīdzētu darbā, viņi visbiežāk min atzinību par savu darbu un rēķināšanos ar viņu viedokli. Lai gan kopumā darba kultūrai Latvijas uzņēmumos ir tendence uzlaboties, uzņēmumi darbinieku emocionālajai labsajūtai nereti pievērš nepelnīti maz uzmanības. Ne katram vadītājam ir pilnībā skaidrs, kā viņa vadītā uzņēmuma darbinieki īsti jūtas. Emocionālā klimata pētījumus veic tikai retais uzņēmums, un daudzi šo apstākli nepelnīti uzskata par mazsvarīgu, īpaši šobrīd, kad vairāk uzmanības tiek veltīts uzņēmuma darbības nodrošināšanai un darbvietu saglabāšanai. Taču emocionālo klimatu ignorēt nedrīkst: pozitīvās emocijas veicina darbinieku produktivitāti. Dominējot negācijām – ilgstošam stresam, pārslodzei, neinformētībai –, darbinieki kļūst noslēgtāki, pasīvāki, mazāk ražīgi. Tas ilgtermiņā ietekmē arī visa uzņēmuma sniegumu, veiksmīgumu un peļņu.

Analītiskais apskats

Lielākā daļa darbinieku piedzīvo stresu darba vietā. Stress darbā ir viena no lielākajām veselības aizsardzības un drošības problēmām. Tas skar apmēram vienu no četriem darbiniekiem un pētījumi liecina, ka no 50 % līdz 60 % no visām kavētajām darba dienām ir saistītas ar stresu. Par galvenajiem stresa izraisītājiem tiek minēti – neskaidri darba uzdevumi un prasības, tiešais darba vadītājs un darba izpildes termiņi. Savukārt vismazāk stresu darba vietā rada kolēģi un komunikācija ar klientiem. No tā var secināt, ka galvenie stresa izraisītāji nāk no iekšējās vides, no iekšējās komunikācijas starp vadību un padotajiem uzņēmumā. Tāpēc nepieciešams vērst pastiprinātu uzmanību iekšējai komunikācijai (Medicine.lv, 2013).

Stresa rašanās mehānismi ir individuāli. Attiecīgi stresa novēršanas un mazināšanas metodes katram uzņēmumam būs atšķirīgas. Plānojot darbības, jāpatur prātā, ka ar pareizas vadības un darba organizācijas palīdzību vienmēr efektīvāk un lētāk ir novērst problēmas organizācijas līmenī. Ja no riskiem nevar pilnībā izvairīties, var palīdzēt iejaukšanās, kas paredzēta riska grupām vai stresā jau esošajiem darbiniekiem. Stresa novēršanas metožu piemēri organizācijas līmenī: skaidra darbinieka atbildības un pilnvaru definīcija; skaidra politika, kā rīkoties ar iebiedēšanu un uzmākšanos; caurskatāma personāla politika; elastība darba organizācijā; nodrošinot kvalitatīvu fizisko darba vidi. Iespējamie pasākumi stresa mazināšanai: darbinieku apmācību organizēšana – kā iemācīties tikt galā ar stresa situācijām; apmācību organizēšana vidējā līmeņa vadītājiem – kā palīdzēt padotajiem tikt galā ar stresu; veselīga dzīvesveida popularizēšana (piemēram, sports); radot vidi dabiskai darbinieku komunikācijai un savstarpējam atbalstam (Medicine.lv, 2013).

Lai atbalstītu darbiniekus, kuri piedzīvo stresu, darba devējs var: piedāvāt darbiniekam individuālas konsultācijas; atļaut darbiniekam uz noteiktu laiku individuālu darba organizāciju un sniegt papildu atbalstu; izstrādāt atbalsta sistēmu darbiniekam, kurš ilgstoši nav strādājis (piemēram, invaliditātes dēļ) viņa integrācijai darba procesā (Latvijas Brīvo arodbiedrību savienība, 2010).

Darbinieku labklājības jēdziens ir samērā jauns, tomēr jau nopietni pētīts dažādu organizāciju vidēs, lai izprastu tā ietekmi uz organizācijas ilgtspēju, finanšu rezultātiem un produktivitāti. Lai arī var likties, ka darbinieku emocionālā, fiziskā un mentālā labsajūta ir katra paša ziņā, jāatzīmē,

ka nodarbināto labklājība ir darba devēja interesēs un būtu jāiekļauj organizāciju stratēģiskajos rīcības plānos kā aktivitātes, kas sekmē darba produktivitāti un uzņēmuma rentabilitāti.

Darba devēji nodrošina saviem darbiniekiem materiālos resursus, lai viņi varētu veiksmīgi strādāt, tāpēc ir viegli novērtēt – šie nosacījumi izpildās vai nē. Tomēr ir ļoti būtiski, lai uzņēmumos tiek pievērsta uzmanība arī darba procesa nemateriālajai daļai, piemēram, savstarpējām attiecībām ar kolēģiem vai vadītāju, stresa līmenim un citiem emocionālās labklājības aspektiem. Latvijas darbinieku labklājības aspektu pētījums atklāj, ka uzņēmumiem vēl ir daudz veicamu uzdevumu strādājošo labklājības celšanā. Turklāt uzlabojumi būs iespējami vien tad, ja darba devēji spēs uzņemties atbildību un risinās problēmjautājumus, iesaistot darbiniekus un ņemot vērā viņu ieteikumus.

Darba vide ir viena no piecām jomām Ilgtspējas indeksā, kurā savu "veselības pārbaudi" jau ceturto gadu veic Latvijas uzņēmumi un kurā līdz šim uzrādīti viszemākie rezultāti. Tāpēc ar mērķi noskaidrot, kā ar darbinieku labklājību saistīti aspekti tiek īstenoti Latvijas uzņēmumos, šā gada sākumā tika veikts pētījums, kura dalībniekiem bija jāatbild uz jautājumiem par atvaļinājumu pieejamību, mikroklimatu uzņēmumā, stresu, darba laiku, fizisko un emocionālo drošību (Lāčauniece, 2021).

Pētījuma metodes

Darba autore pētījumu veidoja kā sekundāro pētījumu, apkopojot esošu pētījumu datus, lai izstrādātu priekšlikumus situācijas uzlabošanai uzņēmumos Latvijā. Izmantotās pētījuma metodes: monogrāfiskā, datu savākšanas, grafiskā metode.

Pētījuma rezultāti

Kā liecina pētījumu kompānijas "Kantar" 2021. gada darba ņēmēju aptauja, trīs no četriem darbiniekiem jeb 75 % atzīst, ka viņus satrauc stress, kas saistīts ar ikdienas darba pienākumu izpildi. Sīkāk vērtējot psihoemocionālos riskus, atklājas, ka absolūto vairākumu darbinieku Latvijā satrauc stress, kas saistīts ar ikdienas darba pienākumu izpildi (75 %). Savukārt 37 % strādājošo satrauc iebiedēšana vai "psiholoģiskais terors" darbavietā, piem., apvainošana, pazemošana vai uzbrukums no kolēģu vai vadības puses un 24 % darbinieku savā darbavietā izjūt bailes saistībā ar vardarbību vai tās draudiem. Vērojams, ka stress, kas saistīts ar ikdienas darba pienākumu izpildi, caurmērā biežāk satrauc tieši sievietes, speciālistus, izglītības, veselības un sociālās aprūpes jomās nodarbinātos, kā arī valsts vai pašvaldības sektorā strādājošos (Kantar, 2021).

Otrs aplūkotais pētījums atklāj, ka 59 % jaunu cilvēku darbā izjūt paaugstinātu spriedzi un stresu. Latvijā vairāk nekā puse jeb 59 % aptaujāto cilvēku vecumā no 18 līdz 39 gadiem norāda, ka darbā izjūt paaugstinātu spriedzi un stresu, noskaidrots uzņēmumā "Evolution Latvia". Kā liecina pētījuma dati, vecumā no 18 līdz 29 gadiem paaugstinātu spriedzi un stresu darbā izjūt vairāk nekā puse – 57 % – aptaujāto darbinieku. Augstāks rādītājs ir apzinātā vecumā no 30 līdz 39 gadiem, kuru vidū ar stresu un paaugstinātu spriedzi saskaras nepilnas divas trešdaļas jeb 62 % cilvēku. Statistika atspoguļo realitāti – garīgā veselība iespaido ikvienu. Darbinieki saskaras ar tādiem stresa faktoriem kā ekonomiskā neskaidrība, pārslodze, karš un pandēmija. Tas atstājis būtiskas sekas, ko nedrīkst ignorēt. Uzņēmumiem ir jāmeklē veidi, kā mazināt spriedzi un uzlabot labsajūtu, lai nepieaugtu strādājošo izdegšanas līmenis (TV3 Group, bez gada).

Uzņēmumi nevar atļauties aizmirst par atvieglojumiem un papildu labumiem, lai cilvēkiem radītu labvēlīgu darba vidi. Uz jautājumu, kas palīdzētu mazināt darbā radīto stresu, vairākums – 39 % – aptaujāto norāda uz fizisku aktivitāšu nodarbībām, piemēram, sporta zāles apmeklējumu. Otra izplatītākā atbilde ir pretimnākoša uzņēmuma komanda, ko min trešdaļa – 33 % – respondentu. Katrs ceturtais darbinieks jeb 26 % kā efektīvu pieeju uzskata gan socializēšanos ar kolēģiem un neformālus uzņēmuma pasākumus, gan apmaksātas vizītes pie speciālistiem, piemēram,

psihoterapeita. Tikmēr piektdaļai – 20 % – cilvēku vecumā no 18 līdz 39 gadiem mazināt vai pārvaldīt darbā radīto stresu palīdzētu vaļasprieku atbalstošs uzņēmums. Likumsakarīgi, ka darbinieki izvēlas uzņēmumus, kas iegulda cilvēkos un viņu veselībā, tāpēc tiek uzskatīts, ka ir vitāli svarīgi ieklausīties jauno talantu viedoklī un uzņēmuma piedāvāto labumu grozu pielāgot atbilstoši tam (CVMarket, 2016).

Trešais aplūkotais pētījums: gandrīz katrs otrais nodarbinātais cieš no stresa darba vietā. 45 % nodarbināto cieš no stresa darba vietā un uzskata, ka darba devēji nepievērš ar stresu saistīto problēmjautājumu risināšanai pietiekami lielu uzmanību. Īpaši aktuālas stresa situācijas darba vidē ir lielajiem uzņēmumiem, kuros tiek nodarbināti 250 un vairāk darbinieki, atklāj pētījumu aģentūra TNS sadarbībā ar Korporatīvās ilgtspējas un atbildības institūtu (KIAI) veiktā pētījuma dati. Pētījuma rezultāti atklāj, ka iedzīvotāju uzskati par nodarbināto labklājību Latvijas organizācijās atšķiras, un šīs atšķirības lielā mērā ietekmē viņu pārstāvētā uzņēmuma lielums. Piemēram, 81 % nodarbināto norāda, ka var saņemt atvaļinājumu likumā noteiktajā apjomā. Šajā ziņā pozitīvi izceļas lielie uzņēmumi, t.i., uzņēmumi, kuri nodarbina 250 un vairāk darbiniekus. Tajā pašā laikā tieši lielajiem uzņēmumiem biežāk raksturīgas mikroklimata problēmas – ar negodīgu, nicinošu vadītāju attieksmi ikdienas darbā saskaras katrs trešais lielo uzņēmumu darbinieks un tikai 10 % mazo un vidējo uzņēmumu darbinieku.

Vērtējot koleģiālās attiecības, vairākums strādājošo (83 %) norāda, ka savā pašreizējā darba vietā ar negodīgu, nicinošu attieksmi nav saskārušies. Interesanti, ka darbinieki vecuma grupā no 40 līdz 55 gadiem negodīgu un nicinošu kolēģu attieksmi izjūt retāk, ko var skaidrot ar lielāku profesionālo un cilvēcisko attiecību pieredzi. Salīdzinoši pozitīvi vērtējami arī tādi darbinieku labklājības aspekti kā fiziskā un emocionālā drošība – ar fizisku ietekmēšanu un seksuālu uzmākšanos darba vietā ir saskāries katrs desmitais strādājošais. Arī Valsts darba inspekcijas dati liecina, ka darbinieki visbiežāk sūdzas par jautājumiem, kas saistīti ar darba algas izmaksu, atvaļinājumu organizāciju, virsstundu darbu u.c. Pieaug arī to darbinieku skaits, kas lūdz palīdzību mobinga un bosinga gadījumos. ka kopumā darba vides psihoemocionālo riska faktoru problemātika pieaug visā Eiropā, tāpēc laikā no 2014. līdz 2015. gadam Eiropas Savienības dalībvalstīs stresam darba vidē tiks pievērsta īpaša uzmanība, organizējot informatīvo kampaņu "Veselīgas darba vietas uzvar stresu!". Tās ietvaros Latvijas uzņēmumi tiks aicināti dalīties savā pieredzē (Medicine.lv, 2013).

Secinājumi

Ilgstošs stress darba vietā var izsaukt veselības traucējumus – izdegšanas sindromu. Darba vides psihoemocionālos riska faktorus nekad nebūs iespējams novērst pilnībā, tomēr, tos savlaicīgi identificējot, kā arī plānojot pārdomātus un atbilstošus preventīvos pasākumus, psihoemocionālo riska faktoru līmeni var samazināt līdz minimumam, kas neapdraud veselību.

Izdegšanas sindromam un garīgo pārslodžu riska grupai pieder jauni darbinieki, tāpēc ir ļoti svarīgi izglītojamiem apgūt zināšanas par psihoemocionāliem darba vides riska faktoriem, to novēršanas iespējām, profilaksi.

75 % darbinieku satrauc stress, kas saistīts ar ikdienas darba pienākumu izpildi, 37 % strādājošo satrauc iebiedēšana vai "psiholoģiskais terors" darbavietā un 24 % darbinieku sava darba vietā izjūt bailes saistībā ar vardarbību vai tās draudiem.

Biežāk stress satrauc tieši sievietes, speciālistus, izglītības, veselības un sociālās aprūpes jomas nodarbinātos, kā arī valsts vai pašvaldības sektorā strādājošos.

59 % jaunu cilvēku darbā izjūt paaugstinātu spriedzi un stresu vecumā no 18 līdz 39 gadiem, vecumā no 18 līdz 29 gadiem stresu izjūt vairāk nekā puse – 57 %, vecumā no 18 līdz 39 gadiem stresu izjūt 62 %. Darbinieki saskaras ar tādiem stresa faktoriem kā ekonomiskā neskaidrība, pārslodze, karš un pandēmija.

45 % nodarbināto cieš no stresa darba vietā un uzskata, ka darba devēji nepievērš ar stresu saistīto problēmjautājumu risināšanai pietiekami lielu uzmanību. Vērtējot koleģiālās attiecības, 83 % norāda, ka savā darba vietā ar negodīgu, nicinošu attieksmi nav saskārušies. Interesanti, ka darbinieki vecuma grupā no 40 līdz 55 gadiem negodīgu kolēģu attieksmi izjūt retāk.

Darbinieki visbiežāk sūdzas par jautājumiem, kas saistīti ar darba algas izmaksu, atvaļinājumu organizāciju, virsstundu darbu. Pieaug arī to darbinieku skaits, kas lūdz palīdzību mobinga un bosinga gadījumos.

Uzņēmumiem Latvijā nepieciešams izstrādāt iekšējās komunikācijas sistēmas uzlabojumu plānu un to realizēt, uzraudzīt, nodrošinot komunikācijas sistemātiskumu, samazinot stresa līmeni. Tāpat nepieciešams izvērtēt iespēju nozīmēt darbiniekus mācībās par stresa vadību. Lai mazinātu stresa līmeni, darba devējiem jānodrošina darbiniekiem psihologu pieejamība, piemēram, nodrošinot darbiniekus ar veselības polisēm vai apmaksājot psihologa konsultācijas.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. CVMarket.lv (2016). Kas rada stresu darba vietā un kā to mazināt? [skatīts 19.02.2023.]. Pieejams: https://www.cvmarket.lv/karjeras-centrs/rakstu-arhivs/kas-rada-stresu-darba-vieta-un-ka-to-mazinat
2. Diena (2021). Stress dominē un traucē. [skatīts 19.02.2023.]. Pieejams: https://www.diena.lv/raksts/uznemeja-diena/karjera/stress-domine-un-trauce-14262676
3. Kantar (2021). Trīs no četriem darbiniekiem atzīst, ka viņus satrauc stress, kas saistīts ar ikdienas darba pienākumu izpildi. [skatīts 19.02.2023.]. Pieejams: https://www.kantar.lv/tris-no-cetriem-darbiniekiem-atzist-ka-vinus-satrauc-stress-kas-saistits-ar-ikdienas-darba-pienakumu-izpildi/
4. Latvijas Brīvo arodbiedrību savienība (2010). Psihosociālā darba vide. Darba attiecību un darba drošības normatīvo aktu praktiska piemērošana
5. Lāčauniece, A. (2021). Prezentācija. Izdegšanas sindroms un garīgās pārslodzes. Metodiskā izstrādne. [skatīts 19.02.2023.]. Pieejams: https://www.dbt.lv/upload/file/Metodiskie2021/4_MI_L%C4%81%C4%8Dauniece.pdf
6. Medicine.lv (2013). Pētījums: gandrīz katrs otrais nodarbinātais cieš no stresa darba vietā. [skatīts 19.02.2023.]. Pieejams: https://medicine.lv/raksti/petijums-gandriz-katrs-otrais-nodarbinatais-cies-no-stresa-darba-vieta
7. TV3 Group (2021). Pētījums par darbu Covid-19 apstākļos: Latvijas uzņēmumos strādājošie bieži jūtas uz izdegšanas robežas, stresā un neziņā par nākotni. [skatīts 19.02.2023.]. Pieejams: https://zinas.tv3.lv/latvija/sabiedriba/petijums-par-darbu-covid-19-apstaklos-latvijas-uznemumos-stradajosie-biezi-jutas-uz-izdegsanas-robezas-stresa-un-nezina-par-nakotni/
8. TV3 Group (bez gada). Pētījums: 59% jaunu cilvēku darbā izjūt paaugstinātu spriedzi un stresu. [skatīts 19.02.2023.]. Pieejams: https://zinas.tv3.lv/latvija/petijums-59-jaunu-cilveku-darba-izjut-paaugstinatu-spriedzi-un-stresu/

Anete Karlīna Pole. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS E-KOMERCIJAS UZŅĒMUMĀ

Alberta Koledža, studiju programma "Cilvēkresursu vadība", e-pasts: anete.k.pole@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: e-komercija ir viena no visstraujāk augošajām nozarēm, kas darbiniekiem šajā sfērā var radīt stresu, sekojot līdzi aktualitātēm, rūpējoties par pakalpojumu kvalitāti un standartu atbilstību normatīvajiem aktiem, analizējot šobrīd aktuālās tendences un paredzot aktualitātes. E-komerciju spēcīgi ietekmē arī neparedzamas situācijas kā Covid-19 pandēmija, krīze vai karš, kas mentāli iespaido ne tikai darbiniekus, bet arī patērētājus, kuru rīcība, savukārt, tālāk iespaido uzņēmuma darbiniekus un viņu stresa līmeni. Tāpat arī Covid-19 sekas vēl aizvien ir jūtamas. Pēc vairākiem aizvadītiem gadiem strādājot no mājām, uzņēmumi pieprasa darbiniekus atgriezties ofisā, pret ko darbinieki izrāda acīmredzamu neapmierinātību. "Amazon" darbinieki pāris dienu laikā pēc paziņojuma par atgriešanos ofisā izveidojuši grupu ar 16 000 dalībniekiem, no kuriem petīciju pret atgriešanos ofisā jau parakstījuši aptuveni 5000 darbinieku. Augstāk minētais apliecina nepieciešamību apzināt stresa vadības iespējas, lai mazinātu darbinieku pretestību pārmaiņām.

Pētījuma mērķis: izstrādāt vadlīnijas stresa vadības pilnveidei pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: analīze, jaukta tipa pētījums, loģiski-konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: pētījumā iegūtā un apkopotā informācija izmantota, lai izstrādātu vadlīnijas e-komercijas darbinieku stresa efektīvākai vadībai.

Atslēgas vārdi: *stress, stresa menedžments, e-komercija.*

Ievads

Stress ir visuresoša parādība, kas ietekmē cilvēkus visās dzīves jomās, tostarp e-komercijas nozarē. E-komercija pēdējo desmit gadu laikā ir piedzīvojusi milzīgu izaugsmi, pateicoties tās ērtībai un pieejamībai. Tomēr e-komercijas straujais raksturs kopā ar nepieciešamību pastāvīgi pielāgoties jaunām tehnoloģijām un tirgus tendencēm var būt nozīmīgs stresa avots šajā nozarē strādājošajiem.

Sākoties Covid-19 pandēmijai darbinieki bija spiesti strādāt no mājām, pielāgoties citiem apstākļiem, kamēr visur apkārt tika publicētas biedējošas ziņas par saslimšanu un nāvju statistikām, e-komercija un tiešsaistes pakalpojumi kļuva arvien populārāki, padarot šo pāreju no ofisa darba uz darbu no mājām vēl saspringtāku. Taču šobrīd, kad darbinieki ir pieraduši pie šīs sistēmas un milzīgais pieprasījums pēc e-komercijas ir izsīcis, to aizvietojot ar kara draudiem un inflāciju, darbinieki tiek mudināti atgriezties ofisā, kur visapkārt ir darbība, kolēģi un jāievēro konkrēta etiķete, kas daļai darbinieku ir kļuvusi sveša, nekomfortabla un nevēlama.

Tādējādi efektīvas stresa pārvaldības metodes ir būtiskas, lai nodrošinātu darbinieku labklājību un produktivitāti.

Šī pētījuma mērķis ir izpētīt dažādus stresa faktorus, ar kuriem saskaras e-komercijas profesionāļi, un noteikt visefektīvākās stresa pārvaldības stratēģijas, kuras var ieviest, lai mazinātu stresa negatīvās sekas šajā nozarē.

Izpētot biežāk sastopamos stresorus un stresa sekas, kā arī aptaujājot e-komercijas darbiniekus, ir skaidrs, ka darbiniekiem ir nepieciešama palīdzība stresa vadībai, lai nodrošinātu to veselību un labsajūtu.

Teorijas apskats

Stresa teorijas pamatlicējs endokrinologs Hanss Hugo Bruno Selje *(Hans Hugo Bruno Selye)* stresu definē kā "nespecifisku ķermeņa reakcija uz jebkuru prasību, kas tam tiek izvirzīta" (Selye, 2012).

Citos informācijas avotos stress (saukts arī par vispārējo adaptācijas sindromu) tiek definēts arī kā organisma emocionāla, kognitīva, fizioloģiska un fiziska reakcija uz emocionāli nozīmīgiem nelabvēlīgiem ārējiem vai iekšējiem faktoriem. ("Guidance on work-related stress. Spice of Life or Kiss of Death?", 1999).

Lai gan stresa termins tiek asociēts ar negatīvo, tas apzīmē noteiktu procesu, virzību. Pats sasprindzinājums nevar būt ne slikts, ne labs. Viss ir atkarīgs no iedarbības pakāpes un no cilvēka sagatavotības (Stress darba vietā, 2017).

Stresori ir stresu radoši riska faktori, tie var būt gan iekšēji, gan ārēji. Biežāk sastopamie stresori darba vidē ir darba saturs, darba slodze un darba temps, darba laika organizācija, nodarbinātā loma un līdzdalība organizācijā, organizācijas kultūra (Work-related stress, 2022), kā arī karjeras attīstība, personiskās attiecības darbā, darba vides fiziskās īpašības, mājas un darba attiecības un citi (ārpus uzņēmuma ietekmes) stresori (Stress darba vietā, 2017).

Hanss Selje *(Hans Selye)*, kas stresu identificēja kā slimības nespecifisko pazīmju un simptomu pamatu, to iedalīja četrās kategorijās.

1. Eistress jeb labais stress – īslaicīgs pozitīvs stress, kad organismā pastiprinās adaptācijas spējas (Lindberg, 2019) bet necieš veselība, tas sagatavo muskuļus, sirdi un prātu spēkam, kas nepieciešams, lai paveiktu nepieciešamo (Villines, 2022). Šis stresa veids ir nepieciešams cilvēka labsajūtai, tas palīdz mums saglabāt motivāciju, strādāt pie mērķu sasniegšanas (Faizan & Haque, 2019). Piemēram, uzņemoties jaunu projektu visdrīzāk darbinieks jutīs eistresu, tā ir iespēja pierādīt un pilnveidot sevi kompānijā (Saha & Shelley, 2019), tāpat, uzstājoties publikas priekšā – runātājs var būt uztraucies un izjust stresu, taču līdzko runa ir noslēgta (Wooll, 2022), stress pazūd, tā vietā parādās atvieglojuma, prieka vai pat lepnuma sajūta (Simon, 2015).
2. Hiperstress jeb pārstress – pārmērīgs stress, kas rodas, kad indivīds tiek pakļauts pārslodzei (Saha & Shelley, 2019). Bieži vien nepieciešamības un stresa vadīts indivīds tiek spiests iet vai rīkoties pāri visām robežām, ko viņš spēj izturēt, strādājot līdz spēka izsīkumam, izsmeļot visus resursus un sasniedzot sabrukuma robežu (Simon, 2015). Piemēram, vecāks, kas viens audzina bērnu, strādājot gan darbā, gan mājās, nepārtraukti esot gatavībā nākošajam izaicinājumam (Faizan & Haque, 2019).
3. Hipostress jeb nepietiekams stress – nepietiekams stresa daudzums, kas attīstās starp indivīdiem, kuriem pastāvīgi ir garlaicīgi, tādējādi ciešot no pašrealizācijas trūkuma (Faizan & Haque, 2019). Atkārtota stresa parādīšanās padara indivīdu tik nogurušu, ka viņš zaudē motivāciju darbam, piedzīvo iedvesmas trūkumu un izjūt nemieru (Simon, 2015). Piemēram, rūpnīcas strādnieks ar neizaicinošu, vienmuļu darbu bieži piedzīvo hipostresu, jo viņš veic vienus un tos pašus uzdevumus atkal un atkal (Lindberg, 2019).
4. Distress jeb sliktais stress – stresa augstākajā pakāpē, kas rodas, ja stress ir ilgstošs un/vai ļoti spēcīgs, ietekmējot cilvēka funkcionēšanas līmeni (Saha & Shelley, 2019). Atšķirībā no citiem stresa veidiem, distress rodas no neparedzamākām situācijām un, ja tiek ignorēts, var būt hronisks, atstājot ilgtermiņa sekas uz indivīda veselību (Villines, 2022). Piemēram, darbiniekam, kam vēl ir pārbaudes laiks, tiek uzticēts apjomīgs projekts ar īsu izpildes termiņu un augstām prasībām, kas neatbilst viņa prasmju līmenim (Simon, 2015).

Ilgstoša stresa laikā pārslogojas veģetatīvā nervu sistēma, kā rezultātā "nolietojas" organisms. Tas

sāk slimot (Paparde).

Stresa menedžments – tās ir profilaktiskas darbības, kas palīdz mazināt stresa negatīvās sekas. Stresa mazināšanā atbildība jāuzņemas gan uzņēmuma līmenī, gan katra indivīda personīgajai līmenī, savstarpēji sadarbojoties (Vindere, 2022).

Lai novērstu vai samazinātu situācijas, kuras var izraisīt stresu darba vietā, ir svarīgi ieviest preventīvus pasākumus, pilnveidojot nodarbināto iemaņas, kuras var palīdzēt pārvarēt stresu (Stress darba vietā, 2017).

Uzņēmuma līmenī svarīgi ir identificēt atpazīt un piefiksēt potenciālos stresa cēloņus uzņēmumā un nodrošināt informāciju par to, kādu ietekmi uz darba ņēmēju veselību un darba spēju tas var nodarīt (Stabings, 2011). Jābūt arī apzinātai uzņēmuma politikas veidošanai: uzņēmuma vadībai jāizveido politika, kas novērš un mazina stresa cēloņus, izmantojot riska novērtēšanas metodes un izveidojot rīcības plānus to novēršanai.

Darba slodzes plānošana un pielāgošana: darba slodzes plānošana un pielāgošana nodrošina, ka darbs ir izpildīts kvalitatīvi, samazinot stresa līmeni. Darba laika un atpūtas plānošana un pielāgošana: jānodrošina, ka darba laiks ir saprātīgs, un darbiniekiem ir pietiekami daudz laika gan atpūtai, gan personīgajai dzīvei. Profesionālās izaugsmes programmas: izglītības un apmācības programmas var palīdzēt darbiniekiem attīstīt savas prasmes, iemaņas, zināšanas un kompetences, tā uzlabojot un samazinot stresa līmeni. Iekšējās komunikācijas attīstīšana: iekšējās komunikācijas uzlabošana ir svarīga, lai palīdzētu samazināt stresa līmeni un paaugstinātu darbinieku motivāciju un iesaistīšanos.

Kopīgo pasākumu palielināšana: kopīgi pasākumi, piemēram, sporta pasākumi, biroja ballītes un darba grupas aktivitātes var uzlabot darbinieku garastāvokli un veicināt darba vietā labāku komunikāciju, atmosfēru un savstarpējās attiecības. Stresa vadības mācību organizēšana: stresa vadības apmācības ir svarīgas, jo var palīdzēt darbiniekiem izprast stresa avotus, identificēt stresa simptomus un mācīties tikt ar tiem galā, lai samazinātu stresa ietekmi uz veselību un darba spēju (Vaine, Psihoemocionālā labklājība darba vietā un stresa menedžments, 2019).

Indivīda līmenī savukārt būtiski: savu vajadzību atzīšana un respektēšana; savas darba vietas sakārtošana, uzlabošana un uzturēšana kārtībā; reālu un sasniedzamu ikdienas un ilgtermiņa mērķu izvirzīšana; labu attiecību uzturēšana ar kolēģiem un iekļaušanās komandā; sev specifisko stresa un izdegšanas pazīmju pazīšana (īstermiņa stresa iedarbības seku atpazīšana); darba un privātās dzīves līdzsvars; darbalaika pareizas plānošanas novērtēšana un pietiekamu pārtraukumu (atpūtas) ievērošana; dienas režīma ievērošana un pietiekams miegs; pozitīvas attieksmes izkopšana un ievērošana gan darbā, gan privātajā dzīvē; ārpusdarba aktivitāšu palielināšana un sabalansēšana ar darbu (Zakriževska-Belogrudova, 2021).

Regulāra vingrošana un fiziskā aktivitāte, kas palīdz samazināt stresa līmeni un uzlabo pašsajūtu; emocionālās un garīgās atpūtas veidošana, piemēram, meditācija, jogas prakse, lasīšana, mūzikas klausīšanās; dzīvesveida maiņa, kas ietver veselīgākas ēšanas paradumu ieviešanu, vairāk laika veltīšanu sevis aprūpei un atpūtai; ietekmīgu cilvēku un iedvesmojošu avotu meklēšana, kas varētu palīdzēt veidot pozitīvu skatījumu uz dzīvi un mazināt stresa ietekmi (Makenna, 2021).

Pētījuma rezultāti

Praktiskā pētījuma ietvaros tika analizēts uzņēmums SIA "Pigu Latvija" pazīstams kā "220.lv" internetveikals. Uzņēmums tika izvēlēts, jo tas ir viens no straujāk augošajiem uzņēmumiem Baltijā. Pētījumam tika aptaujāti SIA "Pigu Latvia" darbinieki. Pētījuma datu ievākšanai tika izmantota aptaujas metode – izstrādāta tiešsaistes aptauja ("Google Docs" veidlapas), kas sastāvēja no 32 jautājumiem.

Aptaujā tika iekļauti demogrāfiskie jautājumi, stresa pašnovērtējums (skat. 1. tab.). Stresa noteikšanas aptauja no Ievas Vaines metodiskā materiāla un jautājumi darba vietas stresoru un stresa simptomu identificēšanai, kā arī ar stresa vadību saistīti jautājumi.

Aptauju aizpildījuši 25 respondenti (17 sievietes, 8 vīrieši) vecumā no 21 līdz 47 gadiem.

1. tabula

Stresa pašvērtējums (stresa līmenis – respondentu daudzums) (Autors: Darba autore)

Skalā no 1 līdz 5, kā jūs vērtētu savu stresa līmeni ikdienā?						
Zems	1 (2)	2 (4)	3 (10)	4 (8)	5 (1)	Ļoti augsts

Taču vadoties pēc Ievas Vaines stresa noteikšanas aptaujas (skaitīšanas sistēma: jautājumos 1 līdz 9, katra atbilde "Jā" ir viens punkts un jautājumos no 10 līdz 12 katra atbilde "Nē" ir viens punkts), ja kopējais punktu skaits ir lielāks par četri, tas liecina par augstu stresa līmeni, skala izmainījās (skat. 2. tab.) (Punktu skaits – respondentu daudzums).

2. tabula

Reālais stresa pašvērtējums (stresa līmenis – respondentu daudzums) (Autors: Darba autore)

Stresa noteikšanas rezultāti						
Zems	1 (1)	2 (5)	3 (4)	4 (10)	5 (5)	Ļoti augsts

Lielākie stresori: neparedzama slodze / darba apjoms (16); nepilnīga informācijas izplatība (14); nespēja ietekmēt lēmumus saistībā ar savu darbu (12); haotisks darbs (10).

Biežākās sekas: nogurums, kas neuzlabojas ar miegu (17); problēmas ar aizmigšanu vai grūtības pamosties (15); nespēja atpūsties (14); nervozitāte, aizkaitināmība, dusmas (12); atmiņas traucējumi, izklaidība, aizmāršība (12); motivācijas vai koncentrēšanos spēju trūkums (10).

Darbinieki stresa vadībai izmanto šādus paņēmienus: fiziskās aktivitātes; meditācija; laika pavadīšana brīvā dabā, svaigā gaisā; kolēģu, ģimenes un draugu atbalsts; grāmatas; mūzika; sociālie tīkli; datorspēles.

Darbinieki izjūt kompānijas atbalstu šādos veidos: labi, saprotoši vadītāji un kolēģi; konkurētspējīgs atalgojums un bonusi; informēšana par plāniem un mērķiem.

Darbinieku ieteikumi kompānijai: biežāki korporatīvie pasākumi visiem darbiniekiem; biežākas klātienes tikšanās ar Lietuvas vadītājiem; ieklausīšanās darbiniekos, iekšējās komunikācijas uzlabošana; papildus apmācības; izaugsmes iespējas; biroja iekārtošana, atpūtas vietas, bezmaksas pusdienas, saldumi, vide, kas iedvesmo; periodiski darba novērtējumi, lai veidotos atgriezeniskā saite; psihoterapeita, psihologa konsultācijas.

Secinājumi un priekšlikumi

Secinājumi:

1. Stress ir neizbēgams. Pats par sevi tas nav ne labs, ne slikts, cilvēka sagatavotība stresam ir noteicošais faktors tā ietekmei uz ķermeņa labsajūtu un veselību.
2. Darba vide ir piesātināta ar dažādiem stresoriem, daļa no tiem ir neizbēgami, taču otru daļu kompānijai ir visas iespējas uzlabot vismaz līdz tādam līmenim, lai šie faktori neatstātu nopietnas sekas uz darbinieku mentālo un fizisko veselību.
3. SIA "Pigu Latvia" darbinieki neapzinās savu stresa līmeni, tādējādi neapzinoties nepieciešamību vērsties pēc palīdzības.

4. 60 % no aptaujātajiem darbiniekiem ir augsts stresa līmenis, kas var ietekmēt arī uzņēmuma rezultātus.

Priekšlikumi:

1. Uzņēmuma personāla daļai jāizstrādā stresa pārvaldīšanas programmas un jāveic atbalsta resursu nodrošināšana, kas sniedz darbiniekiem praktiskas un efektīvas metodes, kā pārvaldīt stresu.
2. Uzņēmuma vadībai jāieplāno budžetā papildus līdzekļi un veselības apdrošināšanas polisei jāpievieno psihologa un psihoterapeita pakalpojumi.
3. Uzņēmuma vadībai jāveic darbiniekiem patīkama biroja iekārtošana, veselīgu uzkodu un saldumu nodrošināšana.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Apie Pigu.lt. (bez gada). Pieejams: https://pigu.lt/lt/t/apie_pigu
2. Briedis, V. (bez gada). Reakcijas uz stresu. LĀPA. Pieejams: https://www.arstipsihoterapeiti.lv/lv/reakcijas-uz-stresu.html
3. Faizan, R., & Haque, A. u. (2019). Working Efficiency of Contrasting Genders under Eustress, Distress, Hyper-Stress, and Hypo-Stress. Prabandhan Indian Journal of Management.
4. Guidance on work-related stress “Spice of Life - or Kiss of Death?”. (1999).
5. Lindberg, S. (2019). Eustress: The Good Stress. Pieejams: https://www.verywellmind.com/what-you-need-to-know-about-eustress-3145109
6. Makenna, P. (2021). Stresa vadība: pārstājiet raizēties un jūtieties labi - tūlīt pat! Avots.
7. Paparde, A. (bez gada). Darba vides stresa faktoru ietekme uz cilvēku ķermeni. Rīga.
8. Saha, L., & Shelley, M. (2019). Strategic Material Purchasing Practices of Kirloskar Brother Ltd. Pune. International Multidisciplinary Research Journal.
9. Selye, H. (2012). Psychopathology of Human Adaptation. Springer.
10. Simon, L. M. (2015). Learn to manage stress a Conceptual Framework.
11. Stabings, A. J. (2011). Stress darbā jeb psihoemocionālie darba vides riska faktori.
12. Stress darba vietās (2017).
13. Stress un tā ietekme uz mūsu ikdienu. (2019). InternetAptieka. Pieejams: https://internetaptieka.lv/musu-raksti/veseliba/stress-un-ta-ietekme-uz-musu-ikdienu?gclid=CjwKCAjw586hBhBrEiwAQYEnHa_r51j8zi9Gz6jCu5Qye8rBKOr4X1woOUY3R-JzwBFuq9ysYyD7rBoC6yYQAvD_BwE
14. Stress un veselības veicināšana darba vietās - iespējas un pieredze (2019). Rīga.
15. Stresa simptomi! – Kā atpazīt stresu pirms veidojas nopietnas slimības? (bez gada). Pieejams: https://metacoach.lv/stresa-simptomi/
16. Tirdzniecības centrs internetā 220.lv – Jūsu labākā izvēle drošiem un ērtiem ikdienas pirkumiem. (bez gada). Pieejams: https://220.lv/lv/t/lideris-starp-latvijas-veikaliem
17. Vaine, I. (2019). Psihoemocionālā labklājība darba vietā un stresa menedžments. Eiropas Sociālā fonda projekta Nr. 9.2.6.0/17/1/001 “Ārstniecības un ārstniecības atbalsta personāla kvalifikācijas uzlabošana” metodiskais materiāls. Rīga: Veselības ministrija.
18. Villines, Z. (2022). Eustress vs. distress: What is the difference? Pieejams: https://www.medicalnewstoday.com/articles/eustress-vs-distress
19. Vindere, M. (2022). Stresa menedžments. Sintoniskais stresa vadīšanas modelis. Rīga: RaKa.

20. Wooll, M. (2022). These 11 examples of eustress will prove not all stress is bad. Pieejams: https://www.betterup.com/blog/examples-of-eustress
21. Work-related stress. (2022). Pieejams: https://www.betterhealth.vic.gov.au/health/healthyliving/work-related-stress
22. Zakriževska-Belogrudova, M. (2021). Stresa anatomija: metodes un ieteikumi dzīvei un darbam. Riseba.

Agnese Tomiņa. PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS PILNVEIDE VALSTS AKCIJU SABIEDRĪBĀ

Alberta koledža, studiju programma "Cilvēkresursu vadība", e-pasts: agneseta5@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: motivācijas sistēma ir būtiska uzņēmuma vadītājiem, lai spētu efektīvi motivēt darbiniekus, jo šāds darbinieks ir viens no galvenajiem veiksmīga uzņēmuma pamatprincipiem. Motivēts darbinieks spēj un vēlas izdarīt vairāk par prasīto. Saskaroties ar patstāvīgu jauno darbinieku mainību valsts akciju sabiedrībā, rodas grūtības sasniegt uzņēmuma izvirzītos mērķus. Kā piesaistīt, motivēt un noturēt šos jaunos speciālistus ir aktuālākā problēma pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma mērķis: izpētīt personāla motivācijas teorētiskās nostādnes un pētāmā uzņēmuma praktisko pieredzi motivācijas procesā, lai izstrādātu secinājumus un sagatavotu priekšlikumus personāla motivēšanas pilnveidei.

Pētījuma metodes: kvantitatīvā – aptauja un dokumentu analīze.

Sasniegtie rezultāti: tika veikta literatūras materiālu un interneta avotu par darbinieku motivāciju izpēte. Veikta valsts akciju sabiedrības darbinieku aptaujāšana ar anketu palīdzību. Apstrādājot aptaujas rezultātus tika izmantota grafiskā analīze, kā rezultātā tika veikti secinājumi par personāla motivējošiem un demotivējošiem faktoriem pētāmajā uzņēmumā. Apkopojot un izanalizējot visu iegūto informāciju, darba autors secina, ka zemākie rezultāti ir darbinieku apmierinātībā ar atalgojumu un tā konkurētspēju ar citiem uzņēmumiem, bet augstākais novērtējums ir par apmierinātību ar kolēģiem.

Atslēgas vārdi: *motivācija, personāla vadība, motivācijas sistēma.*

Ievads

Pētāmā uzņēmuma sūtījumu apstrādes un piegādes departamentā ir vērojama jauno darbinieku mainība. Laika periodā no 2022. gada janvāra līdz 2023. gada janvārim tika pieņemti 84 jauni darbinieki, no kuriem 41 % jeb 35 darbinieki neturpināja darba tiesiskās attiecības ar pētāmo uzņēmumu 2023. gadā. Šī darbinieku mainība ietekmē uzņēmuma izvirzīto mērķu sasniegšanu, tiek patērēti resursi jaunu darbinieku piesaistei un apmācībai. Tāpēc uzņēmumam nepieciešams ieviest un uzlabot motivējošos procesus, kas palīdzēs samazināt darbinieku mainību.

Pētījuma mērķis ir veikt personāla motivācijas teorētisko nostādņu izpēti un pētāmā uzņēmuma praktisko pieredzi motivēšanas procesā, ar anketēšanas palīdzību uzzināt darbinieku motivējošos faktorus, izdarīt secinājumus un sagatavot priekšlikumus personāla motivēšanas pilnveidei.

Pētījuma uzdevumi:

1. Izpētīt personāla motivācijas teorētiskās nostādnes profesionālajā literatūrā;
2. Iepazīties un veikt analīzi ar pētāmā uzņēmuma motivācijas sistēmu;
3. Sagatavot aptaujas anketas un veikt valsts akciju sabiedrības darbinieku aptaujāšanu ar anketu palīdzību;
4. Apstrādāt aptaujas rezultātus un sagatavot grafisko analīzi;
5. Veikt secinājumus un izteikt priekšlikumus.

Pētījuma darba autore izvēlējās izmantot kvantitatīvās pētījuma metodes: dokumentu analīze; aptauja.

Motivācijas teorijas

Katrs uzņēmums ir ieinteresēts sasniegt izvirzītos mērķus, tomēr bez motivētiem, ar darbu apmierinātiem darbiniekiem, šo mērķu sasniegšana var kļūt problemātiska. Neizprotot atšķirību starp motivāciju un motivēšanu, darba devējam var nākties saskarties ar situācijām, kurās šķiet, ka tiek darīts viss, lai motivētu darbinieku, bet rezultāta nav.

Motivācija ir cilvēka iekšējais stāvoklis, psiholoģisks konstrukts, kas mudina rīkoties un sasniegt savus mērķus. Cilvēks ir skaidri motivēta un uz sasniegumiem vērsta būtne, kuras smadzenēs dopamīns ir viens no laimes hormoniem, kurš atbild par motivāciju un kustību. Mudināts veikt darbības, kuru rezultātā tiek sagaidīts atalgojums, ne sods, cilvēks veido pamatu lēmumiem, kas nosaka tā uzvedību (Brann, 2022, 200. lpp.). Toties motivēšana ir ārējie apstākļi, kuru ietekmē cilvēks veic darbības vēlamajā veidā un virzienā, lai sasniegtu mērķus (Seržante, 2007). Gan iekšējā, gan ārējā motivācija veido cilvēku un tās spēj papildināt viena otru. Saprotot, kas motivē darbinieku un kā viņu motivēt, ir darba devēja atslēga.

Saskaņā ar Abrahama Maslova *(Abraham Maslow)* teoriju, katram cilvēkam ir vismaz piecas pamatvajadzības, kuras ir jānodrošina. Tās ir fizioloģiskās vajadzības, drošība un aizsardzība, piederība, sociālā atzinība un pašrealizācija. Cilvēku motivē sasniegt vai saglabāt dažādus apstākļus, uz kuriem balstās pamatvajadzību apmierināšana (Maslow, 2012). Šīs pamatvajadzības ir nozīmīgas darbinieku motivācijā. Darba devējam ir jāizprot un jāspēj sniegt darba ņēmējam pamata lietas, uz kurām tiek balstīta cilvēka būtība.

Svarīgs faktors darbinieku motivēšanā ir vadības pieeja un cilvēciskās attiecības darba vietā. Pamati šai nostādnei ir atrodami jau 1928. gadā, kad profesors Eltons Maijo *(Elton Mayo)* pievienojās eksperimentam, kurš tika uzsākts 1924. gadā un sākotnēji pētīja saistību starp produktivitāti un darba vietas apgaismojumu. Taču Eltons Maijo atklāja, ka apmierinātība ar darbu un produktivitāte pieauga socializēšanās rezultātā. Profesors šādu sociālu uzvedību nodēvēja par Hotornas *(Hawthorne)* efektu. Paplašinot pētījumu, viņš secināja, ka apmierinātība ar darbu pieaug, ja darbiniekam tiek dotas lielākas tiesības lēmumu pieņemšanā. Augstu grupas saliedētības līmeni pastiprina mijiedarbība un sadarbība, kā arī darba rezultāts vairāk bija atkarīgs no sadarbības un piederības sajūtas, nevis no fiziskajiem darba apstākļiem (The British Library, 2012).

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma laikā tika izmantota teorijas analīze, pētāmā uzņēmuma dokumentu analīze, anketēšana un grafiskā metode. Darba autore veica pētāmā uzņēmuma sūtījumu apstrādes un piegādes departamenta darbinieku anonīmu anketēšanu, lai noskaidrotu darbinieku apmierinātību ar darba vietu, tiešo vadītāju un labbūtību uzņēmumā.

Aptauja tika veikta laika posmā no 2023. gada 6. marta līdz 2023. gada 16. martam. Anketas tika sagatavotas papīra formātā un nodotas maiņas vadītājiem, kuri tālāk šīs anketas izdalīja nodaļas darbiniekiem. Aizpildītās anketas tika ieliktas aploksnē un ievietotas noslēgtā kastē, lai saglabātu anonimitāti. Aptaujā piedalījās 88 respondenti vecumā grupā no 19 līdz 70 gadiem, no kuriem 9 bija vīrieši un 79 sievietes. Visi aptaujas dalībnieki ir no vienas amata grupas ar vienādu atalgojumu.

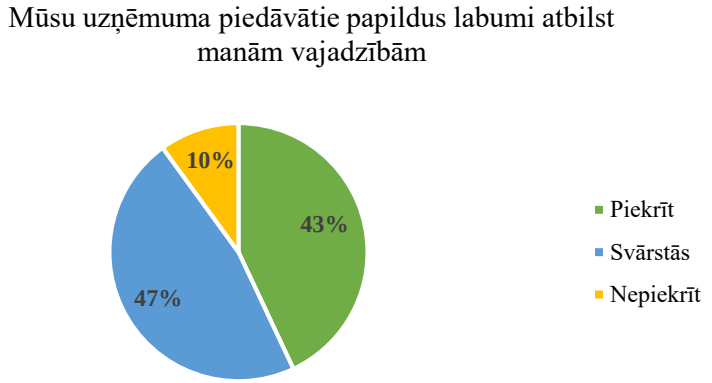
Jautājumi anketās tika iedalīti divās daļās. Pirmajā daļā respondentiem bija jāsniedz pamatinformācija par sevi, kā piemēram, dzimums, vecumu un apmierinātība ar savu dzīvi. Otrās daļas jautājumi bija slēgtā tipa jautājumi ar sešām atbildes iespējām, kur 1 – nepiekrīt nemaz un 6 – pilnīgi piekrīt.

Aizpildītās anketas tika apkopotas grafiskajā metodē, pēc kā pētījuma autors veica šo datu analīzi, izdarīja secinājumus un sagatavoja priekšlikumus motivēšanas sistēmas pilnveidei.

Pētījuma rezultāti

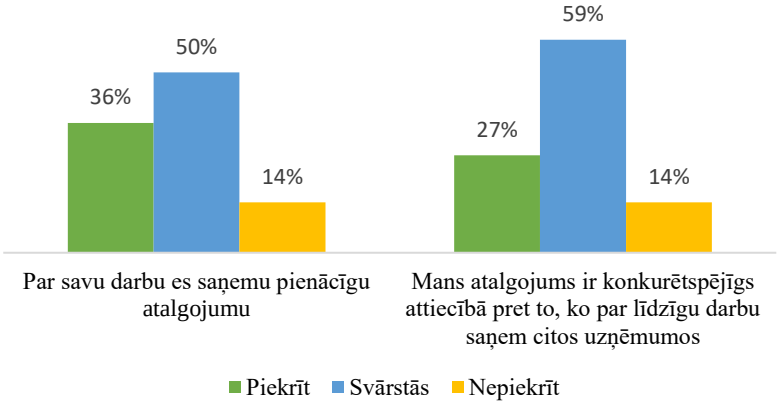
Analizējot pētāmo uzņēmumu un tā sniegtās priekšrocības jeb labumu grozu, pētījuma autore secina, ka pētāmais uzņēmums ir atbildīgs un ieinteresēts darba devējs, nodrošinot saviem darbiniekiem gan materiālo, gan nemateriālo motivēšanu: veselības un nelaimes gadījumu apdrošināšanas polises; optikas iegādes izdevumu kompensēšana; apmaksāti papildatvaļinājumi; jubilāru sveikšana dzīves un darba jubilejās; apmaksāts transports; izdevīgi piedāvājumi pie sadarbības partneriem; subsidēta ēdināšana; piemaksas par citu darbinieku apmācību; piemaksa par individuālajiem sasniegumiem; prēmijas; mācības; pabalsts pirmās augstākās izglītības iegūšanai.

Lai noskaidrotu pētāmā uzņēmuma darbinieku viedokli par motivēšanas sistēmu uzņēmumā, tika uzdots jautājums par piedāvāto papildu labumu atbilstību viņu vajadzībām. Apkopoto anketu rezultātu var aplūkot 1. attēlā, kur redzams, ka 43 % no respondentiem piekrīt, 47 % svārstās un 10 % nepiekrīt šim apgalvojumam. Vidējais vērtējums šim apgalvojumam bija 4,1 no maksimālajiem 6 punktiem. No šiem rezultātiem var secināt, ka uzņēmumam ir iespējas pilnveidot motivēšanas sistēmu.



1. att. Aptaujas rezultāti par uzņēmuma piedāvāto papildus labumu atbilstību darbinieku vajadzībām (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

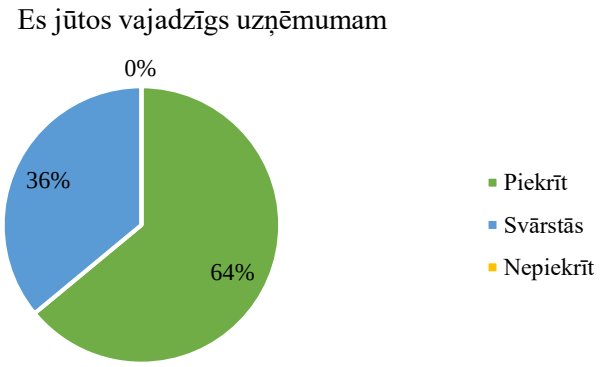
Sagatavojot jautājumus par atalgojumu, pētījuma autore vēlējās noskaidrot, cik lielā mērā uzņēmums nodrošina vienu no Abrahama Maslova piramīdas pamatvajadzībām. No saņemtajām atbildēm var secināt, ka no darbinieku skatu punkta tikai 36 % piekrīt, ka saņem pienācīgu atlīdzību par savu darbu un tikai 27 % piekrīt, ka viņu atalgojums ir konkurētspējīgs attiecībā pret to, ko par līdzīgu darbu saņem citos uzņēmumos (2. att.). Analizējot šos rezultātus, pētījuma autores ieskatā uzņēmumam būtu jāpārskata darbinieku atalgojums un jārod iespējas, kā uzlabot darbinieku apmierinātību.



2. att. Aptaujas rezultāti par darbinieku atalgojumu (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

3. attēlā ir redzamas apkopotās darbinieku atbildes par piederības sajūtu uzņēmumā. No visām saņemtajām anketām neviens respondents nebija atzīmējis vērtējumu 1 (nepiekrītu nemaz) vai 2 (nepiekrītu), kas liecina par to, ka aptaujātie darbinieki vai nu pilnībā jūtas vajadzīgi uzņēmumam vai vismaz daļēji. Pētījuma autora ieskatos šis ir pozitīvs rādītājs, kas apliecina to, ka uzņēmums novērtē savus darbiniekus, radot viņiem sajūtu, ka ir komanda un viņi ir daļa no kaut kā lielāka.

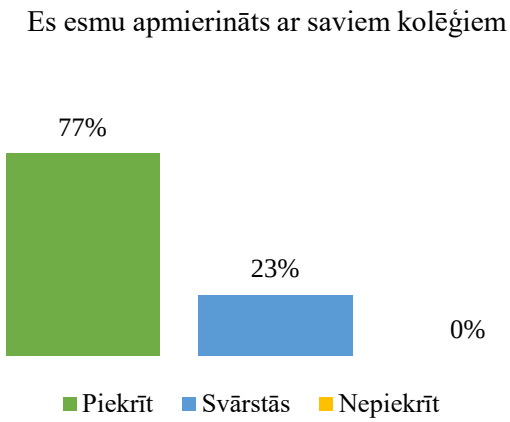
Atzinība no vadības puses arī rada piederības sajūtu uzņēmumā. Aptaujas piektajā jautājumā jāsniedz savs viedoklis par to, vai par labi padarītu darbu respondents saņem atzinību. Kā liecina aptaujas rezultāti, tad 59 % no atbildēm bija pozitīvas un darbinieki piekrita šim apgalvojumam un tikai 5 % sniedza atbildi, ka nepiekrīt un atzinību nesaņem.



3. att. Aptaujas rezultāti par piederības sajūtu uzņēmumam (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Kā liecina aptaujas rezultāti, tad vairāk kā puse no respondentiem jeb 64 % aptaujāto piekrīt apgalvojumam, ka viņiem ir nepieciešamās lēmumu pieņemšanas tiesības, lai paveiktu savu darbu. Atsaucoties uz profesora Eltona Maijo eksperimentu, kurā viņš secināja, ka lielākas lēmumu pieņemšanas tiesības paaugstina apmierinātība ar darbu (The British Library, 2012). Līdz ar to pētījuma autore secina, ka uzņēmums uzticas saviem darbiniekiem, deleģējot darbus.

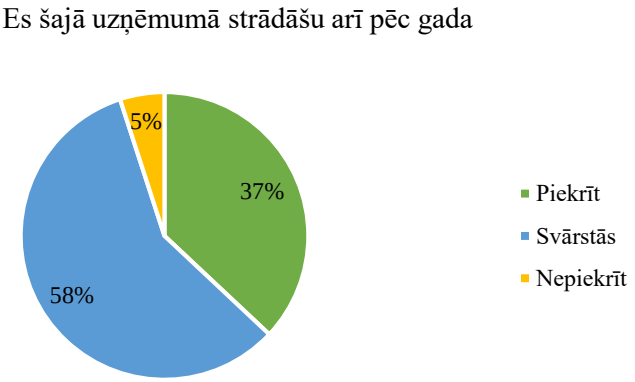
Socializēšanās un cilvēciskās attiecības ir viens no faktoriem, kas paaugstina cilvēka motivāciju, tādēļ darba autorei bija svarīgi uzzināt, vai respondenti ir apmierināti ar saviem kolēģiem. Apkopoto anketu rezultāti liecina, ka vidējais vērtējums uz šo jautājumu bija 5 punkti. No visām anketām 77 % pilnībā piekrita šim apgalvojumam un tikai 23 % svārstījās, bet negatīvu atbilžu nebija vispār (skat. 4. att.).



4. att. Aptaujas rezultāti par darbinieku apmierinātību ar saviem kolēģiem (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēdējā jautājumā darba autore vēlējās noskaidrot, cik procenti no respondentiem plāno strādāt pētāmajā uzņēmumā arī pēc gada. Kā redzams 5. attēlā, tad tikai 37 % no aptaujātajiem darbiniekiem piekrīt tam, ka strādās uzņēmumā arī pēc gada. 58 % no respondentiem svārstās un 5 % nepiekrīt šim apgalvojumam. Pēc autora domām šie dati ļoti labi parāda pētāmā uzņēmuma aktuālo problēmu par darbinieku mainību.

Neapmierinātība ar atalgojumu un tā konkurētspējība ar citiem uzņēmumiem (skat. 2. att.) varētu būt kā noteicošais faktors tam, ka darbinieki svārstās par turpmākajām darba attiecībām ar šo uzņēmumu.



5. att. Aptaujas rezultāti par darba tiesiskajām attiecībām ar uzņēmumu (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

1. Motivācija ir cilvēka iekšējais stāvoklis, psiholoģisks konstrukts, kas mudina rīkoties un sasniegt savus mērķus, bet motivēšana ir ārējie apstākļi, kuru ietekmē cilvēks veic darbības vēlamajā veidā un virzienā, lai sasniegtu mērķus.
2. Pētāmais uzņēmums nodrošinot saviem darbiniekiem gan materiālo, gan nemateriālo motivēšanu, lai pēc iespējas dažādāk motivētu darbiniekus.
3. Uzņēmumam būtu nepieciešams uzlabot vai atjaunot motivēšanas sistēmu, jo no visiem respondentiem mazāk par pusi jeb 47 % piekrita tam, ka uzņēmuma piedāvātie labumi atbilst viņu vajadzībām.
4. Tikai 36 % no respondentiem ir apmierināti ar savu atalgojumu, kas nozīmē, ka lielākā daļa no aptaujātajiem darbiniekiem uzskata, ka viņu fizioloģiskā pamatvajadzība netiek apmierināta.
5. Pētāmais uzņēmums novērtē savus darbiniekus, radot viņiem sajūtu, ka viņi ir komandā un daļa no kaut kā lielāka.
6. Kopumā darbinieku apmierinātība ar kolēģiem ir ļoti labi.
7. Tikai 37 % aptaujāto darbinieku piekrita apgalvojumam, ka arī pēc gada strādās šajā uzņēmumā.

Priekšlikumi

1. Lai uzlabotu darbinieku motivēšanas sistēmu, darba autors ieteiktu personāla vadībai veikt darbinieku aptauju par vēlamajiem papildus labumiem uzņēmumā. Aptauja būtu izstrādājama un veicama tuvāko 12 mēnešu laikā.
2. Kvalifikācijas sistēmas izveide uzņēmumā varētu pozitīvi ietekmēt atalgojuma sistēmas uzlabošanu. Personāla vadībai sadarbībā ar departamenta vadītāju izstrādāt kvalifikācijas eksāmenu, lai noteiktu darbinieku atbilstību 3 līmeņu amatu grupām kā jaunākais speciālists, speciālists un vecākais speciālists, katrai amata grupai nosakot procentuālu piemaksu pie pamatalgas. Šāda kvalifikācijas sistēma motivēs darbiniekus sasniegt labākus rezultātus un saņemt lielāku atalgojumu.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Brann, A. (2022). *Neuroscience for coaches: How coaches and managers can use the latest insights to benefit clients and teams (3rd ed.)*. London: Kogan Page.
2. Maslow, A.H. (2012). *A Theory of Human Motivation*. United States of America: Start Publishing LLC. Pieejams: https://play.google.com/books/reader?id=nvnsAgAAQBAJ&pg=GBS.PT2&hl=en
3. Seržante, I. (2007). Personāla motivēšana: uz darbinieka ieguldījumu balstīta darba samaksa. *Biznesa psiholoģija*, augusts-septembris, 10-17.
4. The British Library (2012). *Elton Mayo: The Hawthorne Experiments Thinker.* Elektroniskais resurss [skatīts 25.03.2023.]. Pieejams: https://www.bl.uk/people/elton-mayo

Lāsma Vīksna. NEFORMĀLĀS IZGLĪTĪBAS IESTĀDES FINANŠU RĀDĪTĀJU ANALĪZE COVID–19 IETEKMĒ

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Grāmatvedība", e-pasts: viksna.lasma@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: uzņēmējdarbība ir saimnieciska darbība, kuru veic ar mērķi gūt peļņu. Ir viegli strādāt, ja ir zināmi apstākļi, ja viss ir ierasts. Bet kā veiksmīgi darboties, ja strauji viss mainās, ja parādās daudz nezināmā? Kā rāda pēdējie gadi, pasaule ir ļoti mainīga. Un pārmaiņas var progresēt lielā ātrumā. Ir ļoti akurāti jāseko līdzi saviem uzņēmuma finanšu rādītājiem, ātri jāpielāgojas jaunajiem apstākļiem, lai uzņēmums spētu turpināt veiksmīgi darboties. Covid-19 pandēmija, kura aizsākās 2019. gada nogalē, nesa lielas izmaiņas visā pasaulē un tās skāra gandrīz ikvienu uzņēmumu un sabiedrību kopumā. Covid-19 ierobežojumi bija milzīgs pārbaudījums vairumam uzņēmumu. Lai mazinātu pandēmijas ietekmi, valsts ieviesa atbalsta programmas uzņēmumiem, tie varēja pretendēt uz dažāda veida atbalsta mehānismiem – dīkstāves pabalstu, algu subsīdiju, grantu apgrozāmo līdzekļu plūsmas nodrošināšanai u.c. atbalstu veidā. Pēc "Lursoft" 2022. gada nogales datiem, kādu no Covid-19 atbalsta mehānismiem izmantoja 22,3 tūkstoši uzņēmumu, t.i. 20 % no visiem Latvijas ekonomiski aktīvajiem uzņēmumiem. Tomēr 3,5 % no atbalstu saņēmušajiem uzņēmumiem sniegtais finansējums nepalīdzēja un tie bija spiesti pieteikt maksātnespēju.

Pētījuma mērķis: veikt finanšu rādītāju teorētisko un praktisko apskatu, lai izvērtētu Covid-19 pandēmijas ietekmi uz pētāmo uzņēmumu. Izstrādāt priekšlikumus ietekmes mazināšanai uz finanšu rādītājiem.

Pētījuma metodes: pētījuma veikšanai tika izmantotas šādas pētījumu metodes:

- monogrāfiskā jeb aprakstošā pētījuma metode,
- sintēzes un grafiskā metode,
- loģiski-konstruktīvā metode,
- kvalitatīvā pētījuma metode – intervija ar atvērtā tipa jautājumiem.

Sasniegtie rezultāti: izanalizēta un apkopota pieejamā literatūra un avoti, veikta uzņēmuma gada pārskatu analīze. Apkopoti secinājumi, izstrādāti priekšlikumi par finansiālās situācijas uzlabošanu un attīstības iespējām uzņēmumā. Kā galvenie priekšlikumi minami klientu profila diferencēšana, dalība dažādos konkursos, projektos un iepirkumos par tiesībām veikt apmācības u.c.

Atslēgas vārdi: *Covid-19 ietekme, gada pārskats, finanšu rādītāji.*

Ievads

2019. gada beigās Ķīnā sākās Covid-19 vīrusa uzliesmojums. 2020. gada februāra beigās Covid-19 sasniedza Eiropu un strauji izplatījās arī citviet pasaulē. Pasaules Veselības organizācija (PVO, World Health Organization) izsludināja pandēmiju. Ņemot vērā PVO izsludināto Covid-19 pandēmiju, arī Latvijas Republikas valdība 2020. gada 12. martā izsludināja Latvijā ārkārtēju situāciju ar virkni ierobežojumu kā iespējami ierobežot pandēmijas izplatīšanos. Šie ierobežojumi skāra ļoti daudzus uzņēmumus, iestādes, sabiedrību kopumā. Daudzo ierobežojumu un aizliegumu dēļ vairs nevarēja strādāt un darboties kā līdz šim. Pētāmā uzņēmuma ienākumi ir tieši atkarīgi no klientu skaita, bet stingrie ierobežojumi šo klientu skaitu ierobežoja. Līdz ar to strauji kritās uzņēmuma ienākumi. Ikvienam uzņēmumam finansiālās situācijas rādītāji ir svarīgi. Šajā ekonomiski un politiski nepastāvīgajā laikā ir būtiski sekot līdzi saviem finanšu rādītājiem, lai jau laikus spētu prognozēt un reaģēt, ja sagaidāmas finansiālas grūtības.

Pētījuma mērķis: veikt finanšu rādītāju teorētisko un praktisko apskatu, lai izvērtētu Covid-19

pandēmijas ietekmi uz pētāmo uzņēmumu. Izstrādāt priekšlikumus ietekmes mazināšanai uz finanšu rādītājiem.

Pētījuma uzdevumi ietvēra: zinātniskās literatūras izpēti par finansiālajiem rādītājiem, pētāmā uzņēmuma situācijas izpēti Covid-19 laikā, t.sk., saņemtā atbalsta apmēru apzināšanu, intervijas izstrādi, intervijas veikšanu un rezultātu apkopošanu, secinājumu un priekšlikumu izstrādi.

Analītiskais apskats

Uzņēmuma finansiālo situāciju raksturo dažādi rādītāji, piemēram, saistības, apgrozījums, bruto un neto peļņa, izmaksas, zaudējumi, ilgtermiņa ieguldījumi, rentabilitāte, likviditāte u.c.

Saistības ir uzņēmuma parāds pret kreditoriem. Kreditori var būt kā juridiskas, tā arī fiziskas personas, piemēram, darbinieki, valsts budžets, klienti, kuri jau ir apmaksājuši rēķinu, bet vēl nav saņēmuši pakalpojumu vai preci. Saistības iedalās īstermiņa saistībās un ilgtermiņa saistībās. Īstermiņa saistības ir tās, kuru apmaksas termiņš ir īsākas par vienu gadu, piemēram, darbinieku algas, komunālie maksājumi, īstermiņa aizņēmumi no kredītiestādēm, saņemtie avansa maksājumi no klientiem u.c. Lai uzņēmums varētu segt šīs īstermiņa saistības jeb tekošos maksājumus ir jānodrošina pastāvīgi naudas līdzekļu ienākumi uzņēmumā. Ilgtermiņa saistības ir tās, kuru apmaksa ilgst ilgāk par vienu gadu, piemēram, ilgtermiņa aizņēmumi no kredītiestādēm u.c. (Ievads grāmatvedībā, 2006).

Apgrozījums ir ienākumi no kādu pakalpojumu un preču pārdošanas kādā noteiktā laika posmā. Apgrozījums iedalās divās daļās – neto apgrozījums un bruto apgrozījums. Neto jeb tīrais apgrozījums ir uzņēmuma ienākumu summa, no tās ir atskaitīti nodokļi, kuri ir jāmaksā un ir atskaitītas atlaides, kuras ir tikušas piešķirtas piegādātājiem. Bruto apgrozījums jeb kopējais ieņēmums ir ieņēmumi no pakalpojumu un preču pārdošanas, no šiem ieņēmumiem nav vēl atskaitīti nodokļi (Grāmatvedības jēdzienu skaidrojošā vārdnīca, 2005).

Bruto peļņa ir ieņēmumi, no kuriem ir atskaitīta preču, pakalpojumu pašizmaksa vai iegādes cena, tā ir peļņa pirms nodokļu atskaitīšanas. Rādītāju atspoguļo peļņas vai zaudējumu aprēķinā (Ievads grāmatvedībā, 2006).

Neto peļņa ir peļņa, no kuras ir atskaitītas visas tiešās un netiešās izmaksas, kā arī atskaitot uzņēmuma ienākuma nodokli (Ievads grāmatvedībā, 2006).

Izmaksas ir visi naudas izteiksmē izteiktie izdevumi, kuri rodas veicot uzņēmējdarbību. Izmaksas var būt dažādas. Tās var būt tiešās, netiešās, pastāvīgās un mainīgās izmaksas.

- Tiešās izmaksas – tās ir pilnībā attiecināmas uz konkrēto preci vai pakalpojumu, piemēram, materiālu izmaksas, tiešās darba izmaksas u.c.
- Netiešās izmaksas – tās ir izmaksas, kuras ir nepieciešamas ražošanas vai pakalpojumu nodrošināšanas procesam, bet tās nevar pilnībā attiecināt uz konkrēto produktu vai pakalpojumu, piemēram, telpu īre, apdrošināšana, vadības algas u.c.
- Pastāvīgās izmaksas – tās ir izmaksas, kuras nemainās mainoties ražošanas vai pakalpojuma sniegšanas apjomam, piemēram, telpu īre, kredīta procenti, pamatlīdzekļu amortizācija u.c.
- Mainīgās izmaksas – tās ir izmaksas, kuras mainās līdz ar ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas apjoma izmaiņām, piemēram, izejmateriālu izmaksas, darbinieku algu izmaksas, ja tās ir atkarīgas no saražoto preču daudzuma vai sniegto pakalpojumu skaita (Ievads grāmatvedībā, 2006).

Zaudējumi ir tas rādītājs, kurš sniedz informāciju par saimnieciskās darbības rezultātiem. Zaudējumi veidojas, kad uzņēmumam pakalpojumu sniegšanas vai preču ražošanas rezultātā kopējie izdevumi ir lielāki par ieņēmumiem. Ja zaudējumi ir pastāvīgi un ilgā laika posmā, tad tie

noved uzņēmumu pie maksātnespējas. Zaudējumi ir uzņēmuma darbības negatīvs iznākums finanšu jomā (Grāmatvedības jēdzienu skaidrojošā vārdnīca, 2005).

Ilgtemiņa ieguldījumi ir tie līdzekļi, kurus ir paredzēts lietot laika posmā, kurš ir ilgāks par vienu gadu vai arī tie ir ieguldīti ilgi lietojamā īpašumā (Grāmatvedības pamati uzņēmumos, 2016).

Rentabilitāte ir viens no rādītājiem, pēc kura varam spriest par to, cik uzņēmumam ir bijusi veiksmīga darbība. Rentabilitātes koeficients parāda uzņēmuma lēmumu efektivitāti finanšu mērķu izpildē. Šo rādītāju izsaka procentos – jo augstāks ir procents, jo uzņēmums darbojas efektīvāk. Uzņēmuma rentabilitāti rēķina bruto peļņu vai zaudējumus, dalot ar neto apgrozījumu (Ievads grāmatvedībā, 2006).

Likviditāte ir rādītājs, pēc kura varam spriest par to, kādas ir uzņēmuma iespējas pārvērst savus līdzekļus skaidrā naudā, lai pilnā apmērā, noteiktā laika termiņā norēķinātos ar uzņēmuma kreditoriem, pēc to pieprasījuma. Ja uzņēmumam ir pietiekami daudz līdzekļu, tad šīs saistības izpildīt tam nesagādās grūtības, tātad šo uzņēmumu var saukt par likvīdu uzņēmumu. Ja ir tā, ka uzņēmumam tomēr nav pietiekoši daudz finanšu līdzekļu, lai saistības ar kreditoriem noteiktā laikā un pilnā apjomā izpildītu, tad šāds uzņēmums ir nelikvīds uzņēmums jeb maksātnespējīgs. Vārds "likvīds" nozīmē "viegli pārvēršams skaidras naudas formā". Pats likvīdākais līdzeklis, protams, ka ir nauda kasē, bankas kontā. Nelikvīdi līdzekļi ir tie, kuri vispirms ir jāpārdod, iespējams arī uz kredīta, tādēļ ir jāgaida laiks, līdz iegūst šos naudas līdzekļus, piemēram, tie var būt krājumi. Uzņēmuma likviditāti aprēķina apgrozāmos līdzekļus, dalot ar īstermiņa parādsaistībām (Ievads grāmatvedībā, 2006).

Pētījuma metodoloģija

Darba izstrādes laikā tika pielietotas tādas metodes kā monogrāfiskā jeb aprakstošā pētījuma metode, kurā veikta literatūras izpēte un aprakstīta teorija, pamatojoties uz izpētīto literatūru. Tika analizēti uzņēmuma gada pārskati un peļņas/zaudējumu aprēķini no 2019. līdz 2021. gadam. Tika veikta klātienes intervija ar uzņēmuma vadītāju un projektu vadītāju. Izmantojot sintēzes un grafisko metodi, atspoguļoti pētījuma rezultāti, bet ar loģiski-konstruktīvo metodi izstrādāti secinājumi un izvirzīti priekšlikumi uzņēmuma darbības attīstībai.

Pētījuma rezultāti

Lai izpētītu informāciju, tika izstrādāti 10 atvērtā tipa intervijas jautājumi. Intervija tika veikta 2022. gada 10. novembrī, tās ilgums bija aptuveni 2 stundas. Intervijas laikā tika uzzināta informācija par uzņēmuma finanšu rādītājiem. Uzņēmums dibināts 2008. gada septembrī, tātad darbojas 14 gadus. Darbība uzsākta ar pamatkapitālu 2844,00 EUR, un tā darbības tiesiskā forma ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA). Uzņēmuma juridiskā un faktiskā adrese ir Olainē. Uzņēmumā vidēji nodarbināti 2019., 2020., un 2021. gadā bija 3 darbinieki, t.sk., uzņēmuma īpašnieki. Uzņēmums nodarbojas ar vienas dienas semināru un apmācību organizēšanu, prioritāri valsts un pašvaldību iestādēm un kapitālsabiedrībām, privātiem uzņēmumiem. Līdz 2020. gadam semināri notika tikai klātienē, uzņēmums šiem pasākumiem īrēja telpas. Bet 2020. gads ieviesa pārmaiņas. Sākoties Covid-19 pandēmijai, tika izsludināta ārkārtas situācija valstī, tika ieviesta virkne ar dažādiem ierobežojumiem, kuri attiecās faktiski uz ikvienu uzņēmumu, valsts iestādi, uz cilvēku privāto dzīvi. Arī uz pētāmo uzņēmumu attiecās daudzie ierobežojumi. Tas nozīmēja to, ka darbība kā līdz šim vairs nebija iespējama un, atbilstoši Ministru kabineta (MK) noteikumiem, tika pārtraukta pakalpojuma sniegšana. Pirmā pandēmijas viļņa laikā uzņēmums atradās dīkstāvē no 2020. gada 13. marta līdz 2020. gada 30. jūnijam, t.i., vairāk kā 3 mēnešus uzņēmums nedarbojās, šajā laikā arī netika pārstrukturēta uzņēmuma darbība uz attālinātajām apmācībām. Šajā laikā netika gūti ienākumi no uzņēmuma darbības.

2020. gada 9. novembrī Latvijā tika izsludināta otrā ārkārtas situācija. Šoreiz tā ilga līdz 2021. gada 6. aprīlim. Lai uzņēmums varētu turpināt darboties ilgtermiņā, risinājums bija ieviest

attālinātās apmācības. Turpmāk semināri notika “Zoom” platformā.

Uzņēmuma spēju pastāvēt raksturo dažādi finanšu rādītāji, piemēram, peļņa vai zaudējumi, apgrozījums, rentabilitāte, likviditāte u.c.

1. tabula

Uzņēmuma bilances un peļņas/zaudējumu aprēķinu galveno posteņu rādītāji no 2019. līdz 2021. gadam (Avots: Autores veidots pēc uzņēmuma gada pārskata datiem)

	2019	**2020**	**2021**
Ilgtermiņa ieguldījumi kopā	1557	0	0
Debitori kopā	696	447	3860
Apgrozāmie līdzekļi kopā	2567	2134	8847
Pašu kapitāls kopā	415	–2168	6901
Īstermiņa kreditori kopā	3709	4302	1946
Neto apgrozījums	33195	20882	10543
Bruto peļņa/zaudējumi	20762	12953	7517
Pārskata gada peļņa/zaudējumi	–1972	–2583	9070

Salīdzinot 2019. gadu ar 2020. gadu, redzams, ka ir samazinājušies gan debitoru, gan apgrozāmo līdzekļu apjoms, debitoru par 249 EUR jeb 35,78 %, apgrozāmo līdzekļu apjoms par 433 EUR jeb 16,87 %. Pēc intervijas laikā iegūtās informācijas, uzņēmuma ilgtermiņa ieguldījumu samazinājums ir skaidrojams ar pamatlīdzekļu nolietojumu. Īstermiņa kreditoru apjoms 2020. gadā ir palielinājies par 593 EUR jeb aptuveni 16 %. Pašu kapitāla postenī ir vērojams liels vērtības samazinājums – par 422,41 %, jo pārskata gadā – 2020. gadā – bija saimnieciskās darbības zaudējumu palielinājums, kas ietekmēja pašu kapitāla kopsummu. Kritās arī neto apgrozījums par 12313 EUR jeb par 37,09 %. Bruto peļņa kritās par 7809 EUR, t.i., par 37,61 %. Pārskata gada zaudējumi 2020. gadā, salīdzinot ar 2019. gadu, palielinājās par 611 EUR jeb par aptuveni 31 %. Salīdzinot 2020. gadu ar 2021. gadu, vērojams straujš debitoru un apgrozāmo līdzekļu pieaugums, t.i., attiecīgi par 3413 EUR un 6713 EUR jeb 763,53 % un 314,57 %. 2021. gadā uzņēmuma īstermiņa kreditoru apjomā ir redzams samazinājums par 2356 EUR jeb 54,77 %. Pašu kapitāla postenī 2021. gadā pret 2020. gadu ir vērojams straujš līdzekļu palielinājums par 9069 EUR, t.i., par 418,31 %. Bet šajā pašā laika posmā neto apgrozījuma un bruto peļņas rādītājos ir redzams samazinājums attiecīgi par 10339 EUR, t.i., aptuveni 51 % un par 5436 EUR jeb aptuveni 42 %. 2021. gada peļņas palielinājums pret 2020. gadu ir par 11653 EUR jeb par 451,14 %. Intervijas laikā pētāmā uzņēmuma vadītājs paskaidroja, ka uzņēmums 2021. gadā ir saņēmis valsts atbalstu Covid-19 pandēmijas pārvarēšanai, kas arī ir uzskatāmi redzams gada pārskatā un peļņas vai zaudējuma aprēķinā.

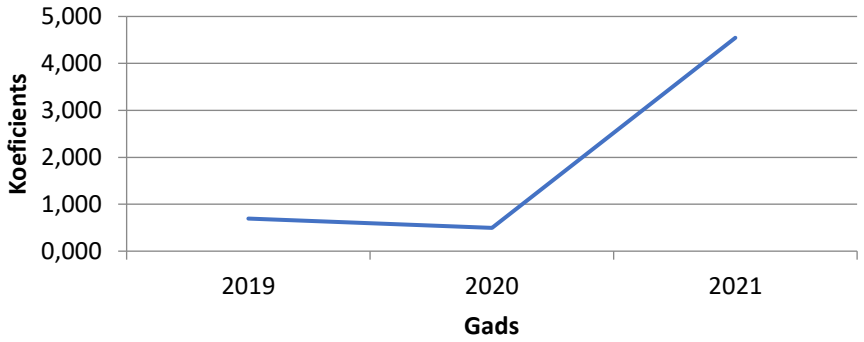
2.tabula

Valsts piešķirtais atbalsts uzņēmumam Covid-19 krīzes pārvarēšanai 2021.gadā (Avots: Autores veidots pēc VID datiem)

Grants apgrozāmo līdzekļu plūsmas nodrošināšanai	21395,3 EUR
Atlīdzības izmaksa dīkstāvē esošo uzņēmumu darbiniekiem	3241,53 EUR
Atbalsts algu subsīdijai	117,93 EUR

Saņemot atbalsta naudu, pētāmajam uzņēmumam 2021. gadā strauji auga apgrozāmie līdzekļi, turpretī īstermiņa kreditori samazinājās. Uzņēmums ar šo naudu varēja norēķināties par nodokļu parādiem valstij, par darba algām darbiniekiem, lektoriem, par komunālajiem pakalpojumiem. Saņemot Covid-19 granta naudu, 2021. gadā uzņēmums spēja pārskata gadu noslēgt, neciešot zaudējumus.

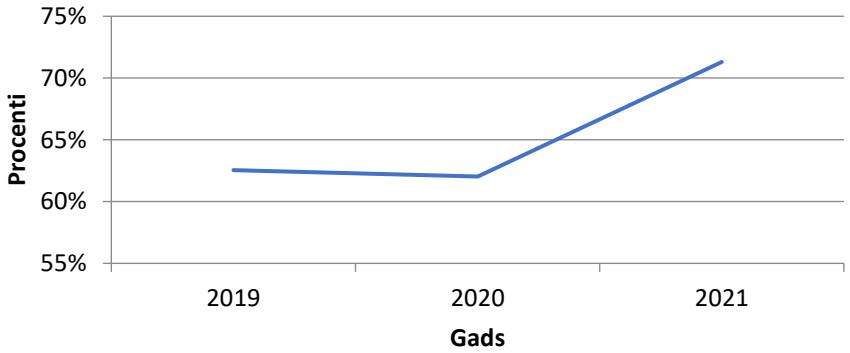
Veicot uzņēmuma likviditātes aprēķinus, ir redzams, ka šis koeficients strauji aug tieši 2021. gadā, kad uzņēmumā ir ienācis valsts finansējums. 2019. gadā koeficients bija 0,692, 2020. gadā ir redzams tā kritums līdz 0,496, bet 2021. gadā strauja augšupeja līdz koeficientam 4,546, kas ir pieaugums par 415 %.



1. att. Uzņēmuma likviditātes rādītāja dinamika 2019.–2021.gadam (Avots: Autores veidots pēc uzņēmuma gada pārskatu datiem)

Par likviditātes koeficienta normu uzskata rādītāju robežās 1–3. Šādā gadījumā uzņēmuma īstermiņa saistību izpildei nevajadzētu sagādāt grūtības. Ja koeficients ir zem vērtības 1, tad šis ir signāls riskam, ka ir iespējamas problēmas izpildīt īstermiņa saistības. Bet arī pārāk augsts likviditātes koeficients norāda uz nepilnībām, tas norāda uz neracionālu apgrozāmo līdzekļu lietošanu (Finanšu analīzes piemērs, b.g.). Taču šajā gadījumā likviditātes rādītāja pieaugums ir izveidojies pateicoties uzņēmumam piešķirtajiem līdzekļiem Covid-19 pandēmijas radītās krīzes pārvarēšanai.

Aprēķinot uzņēmuma rentabilitāti redzams, ka 2019. gadā rentabilitātes koeficients bija 63 %, 2020. gadā tas samazinājās par 1 procentpunktu – līdz 62 %, bet 2021. gadā ir redzams pieaugums par 9 procentpunktiem, t.i., līdz 71 % atzīmei.



2. att. Uzņēmuma rentabilitātes rādītāja dinamika 2019.–2021.gadam (Avots: Autores veidots pēc uzņēmuma gada pārskatu datiem)

Rentabilitātes rādītājs atspoguļo to, cik efektīvi darbojas uzņēmums, jo tuvāk šis rādītājs ir 100 %, jo uzņēmums strādā rentablāk. 2021. gadā ir vērojams rentabilitātes rādītāja pieaugums pateicoties valsts piešķirtajam atbalstam uzņēmumam Covid-19 krīzes pārvarēšanai.

Secinājumi un priekšlikumi

1. Uzņēmums pārāk vēlu reaģēja uz jaunajiem apstākļiem pasaulē (Covid-19 ierobežojumi), novēloti ieviesa attālinātās apmācības un ilgstoši paļāvās uz valsts sniegtajiem atbalsta pasākumiem.
2. Covid-19 pandēmija uzņēmuma darbību faktiski apturēja, ierastā darba forma vairs nebija iespējama stingro ierobežojumu dēļ, kā rezultātā kritās pieprasījums pēc sniegtā pakalpojuma, samazinājās klientu plūsma un pētāmā uzņēmuma ienākumi.
3. Saņemot Covid-19 valsts atbalstu pandēmijas pārvarēšanai, uzņēmums spēja izvairīties no maksātnespējas un 2021. gadu noslēgt ar peļņu.
4. 2021. gadā uzņēmuma finanšu rādītāji – rentabilitāte, likviditāte, kā arī debitoru, apgrozāmo līdzekļu un pašu kapitāla apjoms palielinājās valsts atbalsta ietekmē Covid-19 pandēmijas krīzes pārvarēšanai.
5. Lai izvairītos no līdzīgas situācijas atkārtošanās, uzņēmuma īpašniekiem ir jāsagatavo preventīvo pasākumu rīcības plāns, iespējas darbības reorganizēšanai, lai darbs varētu turpināties un būtu nodrošināta stabila klientu plūsma arī mainīgos apstākļos, nodrošinot ienākumus.
6. Projektu vadītājai ir jāizstrādā izglītības programmas ilgstošu kursu organizēšanai, lai dažādotu piedāvājuma klāstu un nodrošinātu klientu plūsmu mainīgos apstākļos.
7. Projektu vadītājai ir jāpiedalās ESF projektā nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveidei "Mācības pieaugušajiem", NVA bezdarbnieku apmācību organizēšana u.c. izsludinātajos konkursos, lai diferencētu klientu profilu, piesaistot privātpersonas kā klientus.
8. Projektu vadītājai ir jāizstrādā pieteikumi dalībai iepirkumu konkursos par apmācību nodrošināšanu, kādi tiek rīkoti, visbiežāk valsts un pašvaldību iestādēs un uzņēmumos.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Finanšu analīzes piemērs (bez gada). [skatīts 03.01.2023.] Pieejams: https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers
2. Korsaka, T., Raņķevica, V. (2006). Ievads grāmatvedībā. Latvijas Komercbanku asociācijas Konsultāciju un mācību centrs.
3. Kvēle, V. (2005). Grāmatvedības jēdzienu skaidrojošā vārdnīca. Rīga: Avots.
4. Leibus, I. (2019). Grāmatvedības pamati uzņēmumos. Atkārtots un atjaunots izdevums. Lietišķās informācijas dienests.
5. Leibus, I., Pētersone, I., Jesemčika. A., Svarinska. A., Grigorjeva, R. (2018). Finanšu grāmatvedība. Atkārtots un atjaunots izdevums Lietišķās Informācijas dienests.
6. Valsts atbalsts Covid-19 pandēmijas laikā ne visiem ļāvis izvairīties no likvidācijas un maksātnespējas. [skatīts 03.01.2023.] Pieejams: https://blog.lursoft.lv/2022/12/22/valsts-atbalsts-covid-19-pandemijas-laika-ne-visiem-lavis-izvairities-no-likvidacijas-un-maksatnespejas/

Evita Tomsone. DAUDZVEIDĪGAS, VIENLĪDZĪGAS UN IEKĻAUJOŠAS VIDES VEICINĀŠANAS IESPĒJAS LATVIJAS UZŅĒMUMOS

Alberta koledža, studiju programma "Cilvēkresursu vadība", e-pasts: tomsone.evita@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs*: Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides nodrošināšana uzņēmumos ir aktuāls jautājums. Latvija Eiropas Dzimumu līdztiesības institūta pētījumā "Dzimumu līdztiesības indekss 2020" ieņem 17. vietu starp Eiropas Savienības dalībvalstīm, iegūstot 60,8 punktus, kas ir zem ES vidējā rādītāja. Latvijā pastāv dzimumu nevienlīdzība attiecībā uz algām – vīrieši pelna par 18 % vairāk nekā sievietes. Sabiedrības dažādībai ir būtiska loma uzņēmumu iekšējās darba vides veidošanā. Dažādība un iekļaujoša vide veicina inovatīvu un radošu pieeju izmantošanu darba procesu izpildei, tādēļ arvien aktuālāki sāk kļūt jautājumi par nevienlīdzības, diskriminācijas un rasisma izskaušanu darba vietās. Uzņēmumiem ir nepieciešams pievērst pastiprinātu uzmanību daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas vides nodrošināšanai.

Pētījuma mērķis: izstrādāt priekšlikumus daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides veicināšanai Latvijas uzņēmumos.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā, datu savākšanas, grafiskā metode, loģiski-konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: pētījums sastāv no divām daļām. Pirmajā daļā darba autore pēta un analizē daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas vides veicināšanas iespējas uzņēmumos. Otrajā daļā darba autore analizē darbaspēku daudzveidību un vienlīdzību Latvijā un izstrādā priekšlikumus daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides veicināšanas iespējām Latvijas uzņēmumos. Lai novērtētu darbaspēka daudzveidību un vienlīdzību, tiek analizēta dzimumu līdztiesība darba vidē, atalgojums un iedzīvotāju etniskais sastāvs. Darba samaksas analīzē norāda, ka lielākās darba samaksas atšķirības dzimumu starpā ir informācijas un komunikācijas pakalpojumu, mākslas, izklaides un atpūtas un finanšu, apdrošināšanas darbību veidos. Latvijā ir novērojama krasa atšķirība sieviešu un vīriešu darba atalgojuma atšķirībā privātajā un valsts sektorā. Latvijas uzņēmumiem jācenšas nodrošināt vienādas iespējas ikvienam uzņēmuma darbiniekam, lai tuvinātu Latviju kopējai Eiropas valstu vienlīdzības attīstības tendencei. Lai veicinātu daudzveidīgu, vienlīdzīgu un iekļaujošu darba vidi Latvijas uzņēmumos, organizācijām nepieciešams izstrādāt iekšējo politiku, kas nodrošina šo aspektu iekļaušanu uzņēmuma pamatfunkcijās un kultūrā.

Atslēgas vārdi: *daudzveidība, vienlīdzība, iekļaujoša darba vide.*

Ievads

Daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides nodrošināšana uzņēmumā ir aktuāla problēma ar ko saskaras dažādi starptautiskā un vietējā mēroga uzņēmumi visā pasaulē. Diskriminācija etniskās izcelsmes dēļ ir plaši izplatīta. Ebreji vēl joprojām saskaras ar antisemītismu dažādās dzīves jomās (Eiropas komisija, 2021). Latvija Eiropas Dzimumu līdztiesības institūta pētījumā "Dzimumu līdztiesības indekss 2020" ieņem 17. vietu starp Eiropas Savienības dalībvalstīm, iegūstot 60,8 punktus, kas ir zem Eiropas Savienības vidējā rādītāja. Latvijā pastāv dzimumu nevienlīdzība attiecībā uz algām, vīrieši pelna par 18 % vairāk nekā sievietes (European Institute for Gender Equality, 2022). Arvien vairāk uzņēmumu Eiropas Savienībā izmanto dažādības un līdztiesības stratēģijas un pievienojas Eiropas daudzveidības hartai. Iekļaujošas darba vides un dažādības principu iekļaušana organizācijas iekšējā politikā nodrošina vairākas priekšrocības, piemēram, inovatīvu un radošu pieeju izmantošanu darba procesu izpildē, jaunus klientus, talantīgu darbinieku piesaisti un citus. Šis ir viens no argumentiem, kādēļ arvien aktuālāki sāk kļūt jautājumi par nevienlīdzības, diskriminācijas un

rasisma izskaušanu darba vietās. Uzņēmumiem ir nepieciešams pievērst pastiprinātu uzmanību daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas vides nodrošināšanai.

Pētījuma mērķis: Izstrādāt priekšlikumus daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides veicināšanai Latvijas uzņēmumos.

Uzdevumi:

1. Izpētīt daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas vides nozīmi uzņēmumos.
2. Analizēt darbaspēka daudzveidību un vienlīdzību Latvijā, veicot atalgojuma, iedzīvotāju etniskā sastāva un dzimumu līdztiesību analīzi darba vidē.
3. Izstrādāt secinājumus un priekšlikumus daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides veicināšanai uzņēmumos.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā, datu savākšanas, grafiskā metode, loģiski-konstruktīvā metode.

Pētījuma rezultāti: Daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides nodrošināšana šī brīža globālajos apstākļos ir ļoti aktuāls jautājums. Latvijas iedzīvotāju etniskā sastāva analīze norāda, ka krievu tautības cilvēku Latvijā ir 2,6 reizes, baltkrievu – 20,6 reizes, taču ukraiņu – 28,2 reizes mazāk nekā latviešu tautības cilvēku. Darba samaksas analīzē norāda, ka lielākās darba samaksas atšķirības dzimumu starpā ir informācijas un komunikācijas pakalpojumu, mākslas, izklaides un atpūtas un finanšu, apdrošināšanas darbību veidos. Latvijā ir novērojama krasa atšķirība sieviešu un vīriešu darba atalgojuma atšķirībā privātajā un valsts sektorā. Latvijas uzņēmumiem jācenšas nodrošināt vienādas iespējas ikvienam uzņēmuma darbiniekam, lai tuvinātu Latviju kopējai Eiropas valstu vienlīdzības attīstības tendencei. Lai veicinātu daudzveidīgu, vienlīdzīgu un iekļaujošu darba vidi Latvijas uzņēmumos, organizācijām nepieciešams izstrādāt iekšējo politiku, kas nodrošina šo aspektu iekļaušanu uzņēmuma pamatfunkcijās un kultūrā.

Analītiskais apskats

Globālās demogrāfiskās tendences liecina par darbaspēka daudzveidības palielināšanos visā pasaulē, tādēļ arvien būtiskāka kļūst iekļaujoša darba vide. Nereti darba vietās pastāv nevienlīdzība un sociālā atstumtība (Shorea, L. M u. c., 2018). Daudzveidība, vienlīdzība un iekļautība nodrošina vienlīdzīgas iespējas visiem darbiniekiem. Šo vērtību pamatā ir mērķis izskaust diskrimināciju un aizspriedumus darba vietā, lai aizsargātu cilvēku grupas, pret kurām sabiedrībā ir izveidojušies aizspriedumi (The University of Edinburgh, 2022). Globalizācijas apstākļos saplūstot dažādām sabiedrības grupām, nepieciešams izveidot atbilstošu uzņēmuma iekšējo vidi.

Nereti uzņēmumos nākas saskarties ar dažādu etnisko pārstāvju cilvēkiem. Vienlīdzība ir būtisks faktors, lai panāktu dažādu sabiedrības grupu savstarpēju pieņemšanu. Daudzveidība ietver kultūras, etniskās piederības, reliģijas, vecuma, dzimuma un citas atšķirības (Berry, J.B. u. c., 2021). Daudzveidība definējama kā dažādu īpašību variāciju esamība kādā konkrētā cilvēku grupā. Šīs īpašības padara cilvēku unikālu (Workable resources for employers, 2022). Darbaspēka daudzveidība attiecas uz cilvēku iedalījumu atšķirīgās apvienībās, kurām ir kopīga piederība kādai grupai (Shorea, L. M u. c., 2018). Personas piederība kādai grupai spēj labvēlīgi vai nelabvēlīgi ietekmēt tā darba iespējas, attieksmi darba vietā un karjeras attīstības izredzes ieņemt amatu neatkarīgi no cilvēka prasmēm un kvalifikācijas.

Savukārt vienlīdzība ir viens no svarīgākajiem demokrātijas principiem, saskaņā ar kuru visi cilvēki ir vienlīdzīgi likuma priekšā neatkarīgi no viņu rases, tautības, dzimuma, dzīvesvietas, sabiedrības stāvokļa, reliģiskās un politiskās pārliecības. Pārkāpjot šo principu, cilvēks tiek diskriminēts (George Washington University School of Public Health, 2020).

Iekļaujoša vide ir būtisks elements daudzveidīga darbaspēka integrācijai uzņēmumā. Tā uzlabo darba vidi, piedāvājot atbalstu daudzveidīgam darbaspēkam. Dažādība un iekļaujoša vide veicina

inovatīvu un radošu pieeju izmantošanu darba procesu izpildē. Iekļaujoša darba vide arī pozitīvi ietekmē vairākas cilvēka dzīves jomas, tostarp ekonomisko līdzdalību un garīgo veselību. Pieaugot darbinieku dažādībai uzņēmumos, organizāciju vadītāji arvien vairāk apzinās iekļaujošas vides veidošanas nozīmi. Iekļaujoša vide īpaši svarīga ir cilvēku grupām, kas vēsturiski ir bijušas atstumtas. Šāda vide nodrošina nevienlīdzībai pakļauto cilvēku grupu locekļu iespēju saņemt atbalstu un paust viedokli. Vienlīdzība tiek stingri definēta likumdošanā, taču iekļautības nodrošināšana ir brīvprātīgs process. Iekļaujošas darba vides pamatā ir konkurences apstākļu izlīdzināšana (Shorea, L. M u. c., 2018).

DIMAIN informācijas resursi liecina, ka arvien vairāk uzņēmumu Eiropas Savienībā pieņem dažādības un līdztiesības stratēģiju, pievienojoties daudzveidības hartai. Iekļaujošas darba vides un dažādības principu iekļaušana organizācijas politikā nodrošina sekojošas priekšrocības:

1. Radošu un inovatīvu risinājumu izstrāde – inovāciju izveidei palīdz labi pārvaldīts dažādots darbaspēks.
2. Palielinātas pielāgošanās spējas – dažādots darbaspēks spēj nodrošināt ātrāku un efektīvāku pielāgošanos, kuras pamatā ir plašāka prasmju bāze. Nodarbinot dažādu darbaspēku, uzņēmums spēj piedāvāt daudzveidīgākus risinājumus, elastīgas idejas un pielāgoties mainīgajiem tirgus apstākļiem.
3. Talantu piesaiste – iekļaujoša darba vide un kulturāli atšķirīgāka uzņēmējdarbība piesaistīs talantīgus, ambiciozus un globāli domājošus cilvēkus, kas vēlēsies profesionālo izaugsmi.
4. Darba devēja izvēle – iekļaujošā darba vidē darbinieki visticamāk būs uzticamāki, ja viņi jutīsies novērtēti.
5. Jaunu klientu un tirgu piesaiste – daudzveidīgas prasmes ļauj uzņēmumam strādāt ar klientiem dažādās pasaules valstīs.
6. Uzlabots organizācijas tēls – darbaspēka dažādība var uzlabot klientu atsauksmes par uzņēmumu.
7. Efektīvāka darba procesu izpilde – uzņēmumi ar iekļaujošu un dažādu darba vidi motivē darbiniekus ar dažādām attīstības stratēģijām, kuru rezultātā tiek uzlabota produktivitāte (DIMAN, 2018).

Uzņēmumiem iespējams piedalīties ikgadējā pasākumā "Eiropas daudzveidības mēnesis", kas aktualizē daudzveidības un iekļaušanas nozīmi darba vietā un sabiedrībā.

Secināms, ka daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides nodrošināšana šī brīža globālajos apstākļos ir ļoti aktuāla. Iekļaujoša darba vide nodrošina atbalstu darbiniekiem, kas tiek diskriminēti vai atstumti savu dažādību dēļ. Uzņēmumu vadītājiem jāpievērš pastiprināta uzmanība iekļaujošas darba vides nodrošināšanai, jo dažādu darbinieku piesaiste uzņēmuma kolektīvā nodrošina inovatīvu ideju palielināšanos.

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma ietvaros tika izmantotas datu savākšanas un statistikas datu analīzes metodes, lai analizētu darbaspēka daudzveidību un vienlīdzību Latvijā. Etniskā sastāva analīzei tika izmantoti dati no Centrālās statistikas pārvaldes. Tika apkopota tabula ar desmit skaitliski lielākajām etniskajām grupām Latvijā un aprēķināta divu lielāko grupu attiecība pret galveno etnisko grupu – latviešiem. Lai analizētu sieviešu un vīriešu vidējās bruto darba samaksas stundā atšķirības pa darbības veidiem, tika izmantoti Centrālās statistikas pārvaldes dati. Mēneša vidējā bruto darba algas atšķirība tiek aprēķināta vīriešu un sieviešu bruto darba samaksas starpību dalot ar vīriešu darba samaksu. Datu sagatavošanai tika izmantota grafiskā metode. Dzimumu līdztiesības analīzei darba tirgū tika izmantoti dati no dzimumu līdztiesības indeksa materiāliem. Apkopojot

analītiskā apskata un datu analīzē iegūtos rezultātus, tika izmantota loģiski-konstruktīvā metode, lai izstrādātu priekšlikumus daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides veicināšanai Latvijas uzņēmumos.

Pētījuma rezultāti

Lai novērtētu darbaspēka daudzveidību un vienlīdzību Latvijā, tika analizēta dzimumu līdztiesība darba vidē, atalgojums un iedzīvotāju etniskais sastāvs. Tika veikta iedzīvotāju analīze pēc tautības 2022. gada sākumā, lai novērtētu darbaspēka daudzveidību pēc etniskā sastāva. 1. tabulā attēlotas desmit skaitliski lielākās iedzīvotāju tautības Latvijā 2022. gadā.

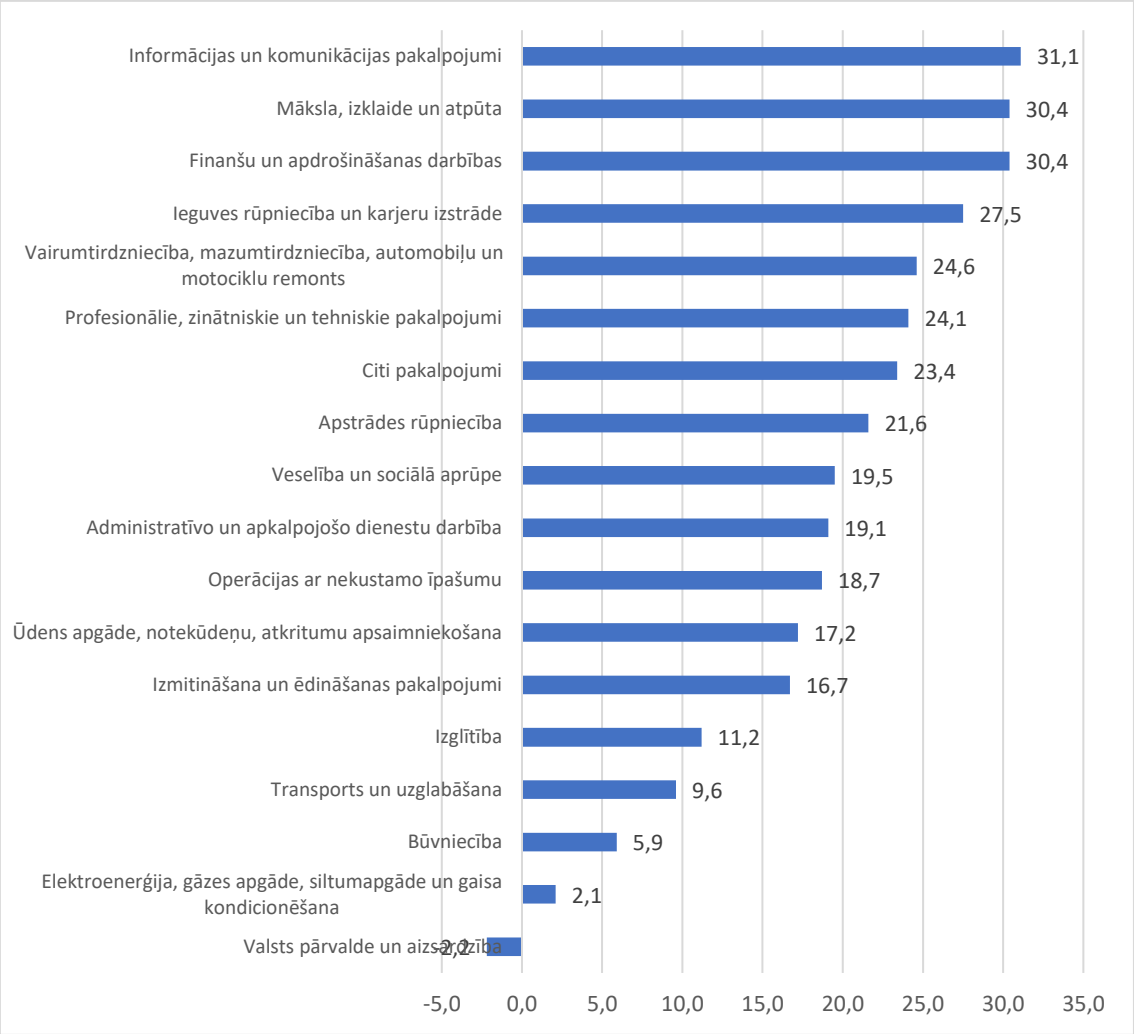
1. tabula

Latvijas iedzīvotāji pēc tautības 2022. gada sākumā (Avots: Centrālā statistikas pārvalde, 2022)

Tautība	**Skaits**
Latvieši	1181534
Krievi	454350
Baltkrievi	57319
Ukraiņi	41895
Poļi	36276
Lietuvieši	21046
Romi (čigāni)	4784
Ebreji	4231
Vācieši	2407
Armēņi	1980

Pēc 1. tabulā redzamajiem datiem novērojama daudzveidība iedzīvotāju piederībai pie dažādām tautībām. Lielākajam vairākumam Latvijas iedzīvotāji ir latviešu tautība. Krievu tautības cilvēku Latvijā ir 2,6 reizes mazāk nekā latviešu tautības iedzīvotāju, taču baltkrievu – 20,6 mazāk un ukraiņu – 28,2 reizes mazāk. Ņemot vērā iedzīvotāju daudzveidību pēc tautības, uzņēmumiem nodarbinot dažādu tautību cilvēkus, nepieciešams ņemt vērā dažādo tautību iespējamās rakstura īpatnības un veidot iekļaujošu organizācijas iekšējo kultūru.

Sieviešu un vīriešu nevienlīdzība attiecībā uz darba samaksu par vienlīdzīgi paveiktu darbu ir izplatīta problēma dažādās pasaules valstīs. Lai novērtētu dzimumu vienlīdzību, tika analizēta informācija par sieviešu un vīriešu vidējās bruto darba samaksas atšķirībām pa darbības veidiem 2021. gada oktobrī (1. attēls).



1. att. Sieviešu un vīriešu vidējās bruto darba samaksas stundā atšķirības pa darbības veidiem 2021. gada oktobrī, % (Centrālā statistikas pārvalde, 2022)

1. attēlā atspoguļotā informācija norāda, ka lielākā darba samaksas atšķirība 2021. gada oktobrī ir informācijas un komunikācijas pakalpojumu (31,1 %), mākslas, izklaides un atpūtas (30,4 %) un finanšu, apdrošināšanas darbību veidos (30,4 %). Tomēr valsts pārvaldes un aizsardzības darbības veidā sievietes saņem 2,2 % lielāku vidējo bruto darba samaksu nekā vīrieši. Pavisam darba samaksas atšķirība 2021. gada oktobrī bija 13,2 %. Secināms, ka novērojama krasa atšķirība sieviešu un vīriešu darba atalgojuma atšķirībā privātajā un valsts sektorā. Valsts pārvaldes un aizsardzības darbības veids ir vienīgais darbības veids, kurā sievietes saņem vairāk par vīriešiem.

Lai papildus izpētītu dzimumu vienlīdzību, tika analizēti dzimumu līdztiesības indeksa rezultāti. Šis indekss mēra dzimumu līdztiesību, piešķirot punktus robežās no 1 līdz 100. Jo lielāks punktu skaits, jo tuvāk valsts ir lai sasniegtu pilnīgu vīriešu un sieviešu līdztiesību. Indeksā tiek analizētas sešas jomas, kas ir darbs, nauda, zināšanas, laiks, vara un veselība (Eiropas Dzimumu līdztiesības institūts, 2022). Pētījuma ietvaros tika analizēta sieviešu un vīriešu līdztiesība darba jomā (skat. 2. tab.).

2. tabula

Dzimumu līdztiesības indeksa rezultāti darba jomā, punktos (Avots: European Institute for Gender Equality, 2022)

Rādītājs	2018	2019	2020
Darbs	74	74,3	74,2
Līdzdalība	90,1	89,9	89,9
Darba segregācija un kvalitāte	60,8	61,4	61,3

Pēc 2. tabulā attēlotajiem datiem novērojams, ka laika periodā 2018.–2019. gada rādītāja "darbs" rezultāti ir ļoti tuvi. Šis rādītājs norāda uz samērā tuvu dzimumu vienlīdzību. Rādītāja "darbs" apakšrādītāji ir "līdzdalība" un "darba segregācija un kvalitāte". Tabulā norādītajā laika posmā līdzdalības rādītājs ir pasliktinājies, šo rādītāju iespaido pilnas slodzes nodarbinātības līmenis un darba mūža ilgums. Jāņem vērā, ka rādītāji šajā kategorijā ir samērā augsti salīdzinot ar darba segregāciju un kvalitāti. Pretēji līdzdalības rādītājam, darba segregācijas un kvalitātes rādītājs laika periodā 2018.–2020. gadam ir palielinājies. Šo rādītāju veido nodarbinātības segregācija, darba elastība un karjeras izaugsmes iespējas. Ņemot vērā, ka šis rādītājs 2020. gadā ir ieguvis 61,3 punktus, ir pamats teikt, ka Latvijas uzņēmumiem nepieciešams pievērst lielāku uzmanību nodarbinātības segregācijas, darba elastības un karjeras izaugsmes iespēju vienlīdzīgai nodrošināšanai abiem dzimumiem.

Apkopojot analītiskā apskata un datu analīzē iegūtos rezultātus, tiek secināts, ka uzņēmumiem jānodrošina, ka ikvienam darbiniekam ir vienādas iespējas, uzņēmuma darba vidē jāvalda daudzveidībai un iekļautībai. Analizējot statistikas datus, tika novērtēts, ka Latvijā novērojama dažādība attiecībā uz iedzīvotāju etnisko sastāvu. Tika izmantota loģiski-konstruktīvā metode, lai izstrādātu priekšlikumus daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides veicināšanai Latvijas uzņēmumos. Priekšlikumi:

1. Lai nodrošinātu daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides veicināšanu uzņēmumā, uzņēmuma pārstāvjiem jāievieš iekļaujoša darba vide, ko iespējams izdarīt, izstrādājot atbilstošu organizācijas iekšējo politiku. Iestājoties Latvijas daudzveidības hartā, uzņēmumiem tiek palīdzēts izveidot un īstenot efektīvu dažādības un iekļaušanas politiku. Parakstot šo hartu, uzņēmums apņemas veicināt daudzveidību un iekļaušanu darba vietā.
2. Uzņēmuma piedalīšanās Eiropas daudzveidības mēnesī nodrošina uzņēmumu pārstāvju un sabiedrības izglītošanu dažādos daudzveidības jautājumos. Iegūto zināšanu izmantošana praksē veicina daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides nodrošināšanu, kas atstāj pozitīvu iespaidu uz uzņēmuma attīstību.

Secinājumi

Autore secināja, ka daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides nodrošināšana šī brīža globālajos apstākļos ir ļoti aktuāls jautājums. Iekļaujoša darba vide nodrošina atbalstu darbiniekiem, kas tiek diskriminēti vai atstumti. Uzņēmumu vadītājiem jāpievērš pastiprināta uzmanība iekļaujošas darba vides nodrošināšanai, jo dažādu darbinieku piesaiste uzņēmuma kolektīvā nodrošina inovatīvu ideju palielināšanos.

Veicot Latvijas iedzīvotāju etniskā sastāva analīzi, tika secināts, ka lielākajam vairākumam Latvijas iedzīvotāju ir latviešu tautība, krievu tautības cilvēku Latvijā ir 2,6 reizes mazāk, baltkrievu – 20,6 mazāk, taču ukraiņu – 28,2 reizes mazāk nekā latviešu tautības cilvēku. Darba samaksas analīzē tika secināts, ka lielākās darba samaksas atšķirības dzimumu starpā ir informācijas un komunikācijas pakalpojumu, mākslas, izklaides un atpūtas un finanšu, apdrošināšanas darbību veidos. Dati liecināja, ka ir novērojama krasa atšķirība sieviešu un vīriešu darba atalgojuma atšķirībā privātajā un valsts sektorā. Ņemot vērā analīzes rezultātus, secināms,

ka Latvijas uzņēmumiem jācenšas nodrošināt vienādas iespējas ikvienam uzņēmuma darbiniekam, lai tuvinātu Latviju kopējai Eiropas valstu vienlīdzības attīstības tendencēm.

Izmantojot pētījumā iegūto informāciju tika izstrādāti priekšlikumi daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides veicināšanai Latvijas uzņēmumos:

1. Uzņēmumā jāievieš iekļaujoša darba vide, ko iespējams panākt, izveidojot efektīvu iekšējo politiku, kas regulē daudzveidību, vienlīdzību un iekļautību. Iestājoties Latvijas daudzveidības hartā, uzņēmumiem tiek palīdzēts izveidot un īstenot šo politiku.
2. Uzņēmuma piedalīšanās Eiropas daudzveidības mēnesī nodrošina uzņēmumu pārstāvju un sabiedrības izglītošanu dažādos daudzveidības jautājumos. Iegūto zināšanu izmantošana praksē veicina daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides nodrošināšanu, kas atstāj pozitīvu iespaidu uz uzņēmuma attīstību.

Pētījumu iespējams turpināt izstrādājot aptauju, kurā tiek aptaujāti respondenti no dažādu nozaru uzņēmumiem, lai noskaidrotu, kāda ir to attieksme pret daudzveidīgas, vienlīdzīgas un iekļaujošas darba vides nodrošināšanas nozīmi savā darba vietā.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Berry, J. B., Lepshokova, Z., Grigoryev, D. (2021). How shall we all live together?: Meta-analytical review of the mutual intercultural relations in plural societies project. [skatīts 10.11.2022.]. Pieejams: https://iaap-journals.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/apps.12332
2. Centrālā statistikas pārvalde (2022). Iedzīvotāji pēc tautības gada sākumā 1935 – 2022. [skatīts 22.12.2022.]. Pieejams: https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__POP__IR__IRE/IRE010/table/tableViewLayout1/
3. Centrālā statistikas pārvalde (2022). Sieviešu un vīriešu vidējās bruto darba samaksas stundā atšķirības pa darbības veidiem oktobrī (procentos) 2010 – 2021. [skatīts 22.12.2022.]. Pieejams: https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__EMP__DS__DSA/DSA010/table/tableViewLayout1/
4. DIMAIN (2018). Ceļvedis Latvijas dažādības hartā. [skatīts 05.01.2023.]. Pieejams: https://dimain.eu/lv/diversity-charter/11-diversity-charter/43-dimain-diversity-charter-guide-lv-lv
5. Eiropas Dzimumu līdztiesības institūts (2022). Par EIGE. [skatīts 10.11.2022.]. Pieejams: https://eige.europa.eu/lv/in-brief
6. Eiropas komisija (2021). Eiropas daudzveidības mēnesis 2021. [skatīts 03.01.2023.]. Pieejams: https://commission.europa.eu/content/european-diversity-month-2021_lv
7. European Institute for Gender Equality (2022). Gender Equality Index. [skatīts 10.11.2022.]. Pieejams: https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2022/country/LV
8. George Washington University School of Public Health (2020). Equity vs. Equality: What's the Difference? [skatīts 12.11.2022.]. Pieejams: https://onlinepublichealth.gwu.edu/resources/equity-vs-equality/
9. Shorea, L. M., Clevelandb, J. N., Sanchez, D. (2018). Inclusive workplaces: A review and model. Department of Management, Colorado State University. [skatīts 05.10.2022.]. Pieejams: https://core.ac.uk/download/pdf/288817598.pdf
10. The University of Edinburgh (2022). What does equality, diversity, and inclusion mean? [skatīts 15.10.2022.]. Pieejams: https://www.ph.ed.ac.uk/equality-diversity-and-inclusion/about-edi/what-does-equality-diversity-and-inclusion-mean
11. Workable resources for employers (2022). What is diversity? [skatīts 21.11.2022.]. Pieejams: https://resources.workable.com/hr-terms/diversity-definition

Ilze Purpļeviča. LAUKU TERITORIJĀS DZĪVOJOŠO VIENTUĻO SENIORU LABBŪTĪBAS VEICINĀŠANAS PASĀKUMI

Alberta koledža, studiju programma "Pasākumu producēšana", e-pasts: ilzepurplevica@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: *Mg.translat. Inese Rutka*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: aktīvam un veselīgam pirmspensijas un pensijas vecuma laikam cilvēkiem lauku teritorijās nevajadzētu būt ierobežotai izvēlei. Svarīgi, lai šai mērķgrupai būtu iespēja integrēties sabiedrībā, piedaloties dažādās kultūras aktivitātēs, kas atbilst viņu interesēm, veselības un emocionālajam stāvoklim. Senioru dzīves realitāte un problēmas, kas saistītas ar šīs sabiedrības grupas labbūtību, arvien pieaug, tāpēc ir svarīgi pensijas un pirmspensijas vecuma cilvēkus motivēt vecumdienas pavadīt pēc iespējas aktīvāk. Pēc speciālistu teiktā, viens no senioru dzīves kvalitātes noteicējiem un rādītājiem ir veselības stāvoklis. Laba veselība ļauj aktīvāk iesaistīties dzīves norisēs un ietekmē katra cilvēka labbūtību.

Pētījuma mērķis: senioru, kuri dzīvo lauku teritorijās, atstumtības un vientulības iemeslu izpēte un kultūras pasākumu cikla projekta izstrāde mērķgrupas labbūtības uzlabošanai.

Pētījuma metodes: kvantitatīvā metodoloģija (sekundāro datu analīze un monogrāfiskā jeb aprakstošā metode), kvalitatīvā metodoloģija (daļēji strukturēta intervija, fokusgrupas diskusija, novērošanas metode).

Sasniegtie rezultāti: senioru labbūtības veicināšanas pasākumu nepieciešamības pamatojums ir solis ceļā uz sabiedrības izglītošanu šajā tik aktuālajā, bet novārtā atstātajā tēmā. Ar pētījuma palīdzību veidots priekšstats par senioru dzīves kvalitāti Latvijas laukos un kādos virzienos rīkoties, lai situācija uzlabotos.

Atslēgas vārdi*: seniori, lauku teritorijas, labbūtība, pasākumu cikls.*

Ievads

Vientuļie pirmspensijas un pensijas vecuma cilvēki lauku teritorijās visvairāk ir pakļauti sociālās atstumtības un vientulības riskam. Aktīvo darba dzīvi cilvēks parasti pārtrauc, aizejot pensijā, bet ekonomiskās krīzes apstākļos, zaudējot darbu, to nākas pārtraukt arī pirmspensijas vecuma cilvēkiem. Līdz ar darba dzīves pārtraukšanu cilvēki jūtas nevajadzīgi, vientuļi un izstumti no sabiedrības, viņi kļūst depresīvi un negatīvi noskaņoti. Šo krīzes situāciju vēl vairāk padziļina lielie attālumi, sliktie ceļi, pārvietošanās līdzekļu un sabiedriskā transporta trūkums. Satiksmes problēmas veicina vientuļo cilvēku nokļūšanu fiziskā un sociālā izolētībā. Tālāk seko ķēdes reakcija – veselības problēmas, finansiālas grūtības, pašaprūpes grūtības un cilvēks kļūst sociālā dienesta klients (Petrova, 2015).

Katrā pašvaldībā būtu nepieciešami senioru motivēšanas pasākumi aktīva dzīvesveida uzturēšanai un labbūtības veicināšanai. Sevišķi svarīgi tas ir pagastu lauku teritorijās, kur kultūras pieejamība nošķir pilsētvidi un laukus.

Pētījuma mērķis: senioru, kuri dzīvo lauku teritorijās, atstumtības un vientulības iemeslu izpēte un kultūras pasākumu cikla projekta izstrāde mērķgrupas labbūtības uzlabošanai.

Mērķa sasniegšanai izvirzītie uzdevumi:

1. Analizēt temata teorētiskos aspektus, izmantojot literatūras un informācijas avotus.
2. Izmantojot kvantitatīvo un kvalitatīvo metodoloģiju, veikt pētāmā problēmjautājuma analīzi.
3. Veikt radošā projekta izstrādes plānu.
4. Apkopot informāciju par veikto pētījumu, veikt analīzi un sagatavot secinājumus.

Pētījuma metodes: kvantitatīvā metodoloģija (sekundāro datu analīze un monogrāfiskā jeb aprakstošā metode) un kvalitatīvā metodoloģija (daļēji strukturēta intervija, novērošanas metode, fokusa grupas diskusija).

Sasniegtie rezultāti: senioru labbūtības veicināšanas pasākumu nepieciešamības pamatojums ir solis ceļā uz sabiedrības izglītošanu šajā tik aktuālajā, bet novārtā atstātajā tēmā. Ar pētījuma palīdzību veidots priekšstats par senioru dzīves kvalitāti Latvijas laukos, kā arī kādos virzienos rīkoties, lai situācija uzlabotos.

Analītiskais apskats

Lai gan cilvēks fiziski un garīgi visstraujāk attīstās augšanas laikā, tomēr izmaiņas vērojamas visos dzīves posmos. Katram attīstības posmam raksturīgas savas izmaiņas. Cilvēkam, sasniedzot seniora vecumu no 60 līdz 65 gadiem, organisma funkcijas pamazām pavājinās, bet gādīgi cilvēki blakus šo dzīves posmu var padarīt par patīkamu un aktīvu periodu, kurā ikvienam senioru vecumu sasniegušam cilvēkam būtu iespēja vairāk laika veltīt sev un saviem hobijiem. Par vecuma periodu ir salīdzinoši maz pētījumu, tomēr tiek uzskatīts, ka šajā posmā senioriem ir nepieciešams īpašs atbalsts gan no valsts, gan tuvajiem cilvēkiem.

Apzīmējums "seniors" nozīmē: pirmspensijas un pensijas vecuma iedzīvotājs, kas sasniedzis 60 gadu vecumu. Savukārt pirmspensijas vecuma iedzīvotājs ir persona, kam līdz vecuma pensijas piešķiršanai atlikuši ne vairāk kā pieci gadi.

Vārds "seniors" cēlies no latīņu vārda "senior", ar nozīmi "vecāks vai vecāks cilvēks". Savukārt "senjors" zemēs, kur runā spāņu valodā, nozīmē "kungs". Šī vārda cilme arī meklējama spāņu valodā – no vārda "señor". Joprojām bieži raksta "senjors", tad rodas jautājums, kā ir pareizi "seniors" vai "senjors"? Latviešu valodas padomos teikts, ka vārdu "seniors" lieto kā sinonīmu vārdam "vecākais", kā pretstatu vārdam "juniors". Otrajā nozīmē ar vārdu "seniors" apzīmē gados vecākus cilvēkus vai vecumgrupu kopumā (SKRIVANEK latviešu valodas padoms).

Pēc Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) datiem par periodu, kas apkopots līdz 20.09.2021., Latvijā dzīvoja 393,7 tūkstoši senioru vecumā no 65 gadiem, un tas ir katrs piektais jeb 20,8 % no visiem iedzīvotājiem. Pirms 30 gadiem (1991. gadā) senioru īpatsvars bija gandrīz divas reizes mazāks – 11,8 % jeb 314,5 tūkstoši no visiem Latvijas iedzīvotājiem (Lvportals.lv., 2021).

Kas ir "novecošana" – nolietojums, nogurums, pakāpenisks pārejas process no viena stāvokļa uz citu. Bet vai pats novecošanās process ir stresa faktors? Vairums cilvēku uz šo jautājumu atbildēs apstiprinoši: mūs kaitina grumbu parādīšanās, zobu izkrišana, muskuļu spēka samazināšanās, atmiņas, un prāta asuma zudums un daudz kas cits. Un tad vēl pensijas vecuma tuvošanās, ierastā dzīves stereotipa maiņa, izstumšana no mīļākā darba, sabiedrības uzspiestās pašapziņas izmaiņas utt. Kopumā tā ir nepārtraukta stresa faktoru virkne. Cilvēki dažādi attiecas uz novecošanas procesu un ar to saistītajām izmaiņām, taču vienā lietā viņi visi ir līdzīgi – pārmaiņas ātrāk vai vēlāk noved pie stresa. Varbūt tāpēc dzīve saīsinās, novecošanās paātrinās, un cilvēks ļoti reti dzīvo līdz 120-140 gadiem – paredzamajam cilvēka dzīves ilgumam uz viņa fizioloģiskās, bet ne patoloģiskās novecošanas fona (Mjakotniks u.c., 2017). Jebkāds nepatīkams dzīves notikums var izraisīt stresu un ar to saistītās blakusparādības, kas savukārt iedarbojas uz cilvēka veselības stāvokli un turpmāko dzīvi, radot apjukumu un bailes par nākotni.

Dzīves kvalitāte ir abstrakts jēdziens, kuram ikviens var izskaidrot nozīmi, bet nevar precīzi definēt. Cilvēki parasti dzīves kvalitāti saista ar labklājību, labu dzīvi, veselību, laimi vai naudu, taču dzīves kvalitāte ir cieši saistīta ar sociālo līdzdalību, kas būtībā sastāv no četrām jomām: izglītības, nodarbošanās, fiziskās aktivitātes un atpūtas grupā un sociālām attiecībām. Mērķis ir savstarpēja mijiedarbība un sociālā integrācija. Sociālo kontaktu kvalitāte ir daudz svarīgāka nekā to daudzums (Senioru izglītība un dzīves kvalitāte, 15. lpp.). Svarīgākie vides faktori dzīves kvalitātei, galvenokārt, ir tie, kas ļauj katram indivīdam nodibināt kontaktus, saņemt atbalstu un socializēties ar citām grupām, piemēram, draugiem, ģimeni, kaimiņiem, sabiedrību u.c.

Psihoterapijas centra vadītājs Krievijā un vairāk nekā simt zinātnisko darbu autors, psihoterapeits Andrejs Kurpatovs savā grāmatā "Счастлив по своей воле. Первая часть дороги" (latv.val. "Laimīgs pēc paša vēlēšanās. Pirmā ceļa daļa") skaidro, ka cilvēkam nav jābūt vientuļam. Cilvēks ir sociāla būtne, tāpēc viņam ir pretdabiski izjust vientulību. Ikvienā vecumā cilvēkam ir vajadzība pēc prieka, maiguma, mīlestības (Курпатов, 2016). Diemžēl jāatzīst, ka lielai daļai šajā vecumā lemta vientulība, neapmierinoši dzīves apstākļi, slikta veselība un trauksme, kas bieži vien pāraug depresijā.

Jēdziens "vientulība" visbiežāk tiek definēts kā nespēja piedalīties sabiedriskajā dzīvē, nesaņemot veselības, kultūras, transporta, drošības, saskarsmes, komunikācijas un cita veida iespējas un pakalpojumus. Galvenās vientulības un sociālās atstumtības problēmas cilvēkiem pirmspensijas vecumā ir ilgstošs bezdarbs, nabadzība, finansiāla atkarība, zemi ienākumi, nespēja nodrošināt sevi vai ģimeni, pieejas trūkums izglītībai vai pakalpojumiem, nošķirtība no sociālajiem kontaktiem, nespēja dzīvot atbilstoši sociāli pieņemtajām normām un vērtībām, nespēja orientēties pilsētā, transportā u.c.

Ikvienam cilvēkam jebkurā vecumā ir vēlēšanās dzīvot cilvēcīgos apstākļos, priecāties par dzīvi un baudīt to. Diemžēl ne visiem lemts dzīvot cilvēcīgi. Daudzi mokās ar nebeidzām problēmām un skumjām, nevēloties neko savā dzīvē mainīt, citiem nav nekādu iespēju labākai dzīvei. Nelabvēlīgie faktori – zemi ienākumi, slikta veselība, zems izglītības līmenis un nepietiekamas prasmes – var izolēt un atšķirt cilvēkus no dzīves plūsmas, liedzot viņiem būt daļai no sabiedrības.

Latvijā ir izteikti nepietiekama sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības atbalsta sistēma. Tas skaidrojams ar kvalificētu darbinieku trūkumu, finanšu resursiem un sabiedrības atbalstu kopumā. Latvijas Republikas Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likumā ir teikts, ka klientu (personu), kas saņem sociālos pakalpojumus vai sociālo palīdzību, pamatvajadzības ir ēdiens, apģērbs, mājoklis, veselības aprūpe, obligātā izglītība (Saeima, 2002). Taču svarīgas ir arī tādas vajadzības kā komunikācija un saskarsme, kas ir sabiedrības labklājības rādītājs un ietver fizisko un garīgo veselību, brīvo laiku un tā izmantošanu un saikni ar sabiedrību.

Psiholoģijas doktore Zelana Montminī (ASV) savā grāmatā "21 diena pretī dzīvesspēkam" atgādina, ka sociālais atbalsts ietekmē cilvēka neirobioloģiju, un tas ir ļoti svarīgs mentālās un fiziskās veselības faktors jebkura veida krīzes vai riska laikā. Sociālais atbalsts maina cilvēku arī bioloģiskā un hormonālā līmenī, piešķirot spēku izturēt stresa un traumu radītos negatīvos simptomus. Jūtot saikni ar citiem, cilvēks jūtas stiprāks un labāk spēj atgūties pēc kāda negatīva stresa faktora (Montminī, 2016).

Nopietns izpratnes un atbalsta trūkums jūtams veselības aprūpē, kas lauku reģionos ir grūti pieejams un dārgs pakalpojums. Ne visi to var atļauties, tāpēc rodas laikus neatklātas, ielaistas vai pat neārstējamas slimības.

Pētījuma metodoloģija

Vecākiem cilvēkiem, īpaši tiem, kas dzīvo lauku teritorijās un nomalēs vieni, trūkst saskarsmes un komunikācijas. Kā klājas šiem cilvēkiem, kas nav sabiedriski aktīvi? Lai rastu atbildi, kas viņi ir, kur viņi dzīvo, vai viņi jūtas vientuļi, kāpēc un kā viņiem palīdzēt, tika veikts pētījums konkrētā lauku teritorijā Latvijā.

Pētījuma veikšanai tika izmantota monogrāfiskā jeb aprakstošā metode un sekundāro datu analīze. Kvalitatīvo datu iegūšanai tika sagatavota daļēji strukturēta tiešā intervija, kuras laikā tika izmantota novērošanas metode. Savukārt uz fokusa grupas diskusiju tika aicināti speciālisti un darbinieki, kas saistīti ar sociālo jomu. Lai aprakstītu pētījumu un izveidotu secinājumus, izmantota literatūras un informācijas avotu izpētes metode.

Pētījuma rezultāti

Māte Terēze ir teikusi: "Vientulība un pamestības sajūta – tas ir kas ļaunāks par visskaudrāko trūkumu". Jāpiekrīt iepriekš teiktajam, jo izvirzītais pētījuma problēmjautājums ir radis atbildi – saskarsme un komunikācija ir galvenie kritēriji, lai mazinātu vientulību un pamestības sajūtu, lai uzlabotu veselību, atjaunotu dzīvesprieku un interesi par apkārt notiekošo.

Daļēji strukturētas tiešās intervijas tēma – veco un vientuļo cilvēku, kas dzīvo lauku teritorijās, dzīves raksturojums. Izvirzītais intervijas mērķis – respondentu problēmu apzināšana, cēloņu identificēšana un to iespējamie risinājumi. Intervijā izmantoti 13 ievadjautājumi, lai palīdzētu intervējamajam saprast tēmas būtību. Intervējamie – 10 vientuļie seniori, kas piekrita sniegt interviju savā dzīvesvietā. Visi respondenti dzīvo lauku viensētās un ir vecumā: no 57 līdz 61 gadiem – divi, no 71 līdz 80 gadiem – pieci, 80 un vairāk gadu – trīs intervējamie.

Intervējamie lieliski reaģēja uz uzdotajiem jautājumiem, ik pa laikam uzņemoties vadošo lomu, lai padalītos ar dažādiem atgadījumiem no dzīves. Katram no viņiem savs stāstāmais, savi prieki un savas bēdas. Intervējamie atzina, cik svarīgi, ka vecumā ir ar ko padalīties un ka ir kāds, kas uzklausa. Apkopojot dzirdēto un redzēto, ir skaidrs, ka sociālo saišu trūkums var radīt dažāda rakstura problēmas, ko var risināt, sniedzot pēc iespējas lielāku atbalstu šiem cilvēkiem.

Intervijas noslēgumā seniori tika aicināti nosaukt, viņuprāt, būtiskākās veco un vientuļo cilvēku dzīves problēmas. Kā svarīgākās tika minētas veselības problēmas, mazas pensijas un naudas resursu trūkums, otrajā vietā var ierindot rūpes par atmiņas zudumu un redzes pasliktināšanos, transporta un malkas sagādes problēmas, trešajā vietā tiek minēta pašvaldības neizdarība, jo bieži vien vecs, vientuļš un slims cilvēks nemaz neatrodas sociālā dienesta redzeslokā.

Intervijas laikā tika veikta dabiskā novērošanas metode, kuras izvirzītais mērķis: netieši vērot mērķauditorijas emocionālo stāvokli, ļāva secināt, ka veco cilvēku dzīvē valda emocijas – gan pozitīvas, gan trauksmainas. Jūtams, ka prieku izraisa labas lietas un sajūtas. No šīm sajūtām rodas emocionālā psiholoģiskā labbūtība, kas sevī ietver enerģiju, savu spēju apzināšanos, gandarījumu, pašapziņu, prieku, apmierinātību.

Fokusa grupas diskusijā piedalījās seši ar sociālo jomu saistīti cilvēki (2 sociālā darba speciālisti, 3 sociālo pakalpojumu sniedzēji un samariešu apvienības darbinieks), kuriem iepriekš tika noteikta diskusijas tēma un vadlīnijas. Lai fokusa grupas diskusija ritētu raiti, tika sagatavoti 7 ievadjautājumi. Dalībniekiem bija iespēja paust savu viedokli par dažādiem jautājumiem, kas saistīti ar pētījuma tēmu. Diskusija izvērtās par veiksmīgu saziņas veidu un savstarpēju domu apmaiņu. Fokusa grupas diskusijas laikā tika iegūta plašāka informācija un izpratne par izvirzīto problēmjautājumu, kā arī identificēta respondentu viedokļu sakritība un atšķirības. Problēmas šajā sfērā saistītas ar darbinieku un finanšu resursu trūkumu, kas arī atsaucas uz sabiedrības grupas – senioru – dzīves kvalitātes uzlabošanas trūkumiem.

Apkopojot iegūtos kvantitatīvos un kvalitatīvos rezultātus, var secināt, ka ir daudz senioru, kas jūtas vientuļi un atstumti. Lai to mazinātu, ir svarīga veco cilvēku dzīves kvalitāte – ģimenes atbalsts, valsts atbalsts, piedalīšanās sabiedriskajā dzīvē, komunikācija, saskarsme. Ikviens, kas atbalsta, stiprina un iedvesmo šo paaudzi, saņem gandarījumu, pateicību, spēku un iedvesmu.

Lai uzlabotu senioru dzīves kvalitāti un labbūtību, ir nepieciešams organizēt tieši senioriem paredzētu pasākumu ciklu, jo šai mērķauditorijai samērā maz tiek pievērsta uzmanība, sevišķi jau laukos. Pasākumu cikla aktivitātēm jābūt senioriem interesantām, aizraujošām, izzinošām. Svarīgi, lai paši seniori tiek iesaistīti, jūtas vajadzīgi un noderīgi. Jāplāno aktivitātes, kur vecie cilvēki var dalīties pieredzē ar savu amata prasmi un dzīves pieredzi, nododot to nākamajām paaudzēm. Lai dažādotu lauku senioru ikdienu un mazinātu vientulības un atstumtības risku, biežāk būtu jārīko aktivitātes, kas atbilst senioru interesēm, veselības un emocionālajam stāvoklim. Iesaistīšanās piedāvātajās aktivitātēs, iespējams, būtu viens no risinājumiem, kā uzlabot senioru labbūtību.

Pasākuma mērķis: Uzlabot senioru labbūtību un dažādot ikdienu, iesaistot mērķgrupu kultūras un sabiedriskajā dzīvē.

Uzdevumi:

- Apzināt mērķauditoriju pasākumu ciklam;
- Nodrošināt bezmaksas transportu uz pasākumiem;
- Motivēt seniorus piedalīties projekta aktivitātēs;
- Apzināt seno amatu meistarus;
- Pēc pasākumu cikla izvērtēt un apkopot projekta rezultātus.

Pasākumu cikla ietvaros senioriem tiks piedāvāta ekskursija, kustību nodarbības, dalība izstādē "Vecās mājas stāsts" un seno amatu pratēju amatnīcā. Projekta noslēgumā plānots vaļasprieku un mājražotāju tirdziņš, koncerts un zaļumballe.

Secinājumi

Pētījuma laikā tika rastas atbildes uz jautājumu, kā klājas veciem cilvēkiem, kas nav sabiedriski aktīvi, kas viņi ir, kur viņi dzīvo, vai viņi jūtas vientuļi, kāpēc un kā viņiem palīdzēt. Intervijas laikā tika noskaidrots, ka daudzi no lauku teritorijās dzīvojošajiem jūtas vientuļi, slimi, nevienam nevajadzīgi. Liela daļa slēpj no citiem savu grūtsirdību, nelūdzot palīdzību ne tuviniekiem, ne sociālajam dienestam.

Fokusa grupas diskusijas laikā tika minēts, ka sociālais dienests nodrošina veco cilvēku pamatvajadzības, taču darbiniekiem un pakalpojumu sniedzējiem trūkst laika komunikācijai un sarunām, kas ir sevišķi svarīgi šiem cilvēkiem. Arī sociālās aktivitātes netiek piedāvātas, jo tam nav laika un trūkst līdzekļu. Ir seniori, kas kautrējas lūgt palīdzību, taču tie, kas saņem kādu mazumiņu, ir ļoti pateicīgi. Līdzekļu trūkuma dēļ senioriem tiek liegta iespēja un palīdzība jēgpilni pavadīt laiku dažādās aktivitātēs, piemēram, piešķirot transportu un asistentu, lai nodrošinātu nokļūšanas iespējas uz pasākumu lokācijas vietu.

Pētījuma rezultāti liecina, ka cīņā ar stresa cēloņiem vientuļajiem un atstumtajiem cilvēkiem, kam iestājies dabisks vecuma posms – novecošanās, nepieciešama sabiedrības izpratne un atbalsts. Laikus nerisināti problēmu cēloņi atstāj iespaidu uz veco cilvēku dzīves un veselības kvalitāti. Lai dažādotu lauku teritorijās dzīvojošo senioru ikdienu, mazinātu viņu vientulību un atstumtību, biežāk būtu nepieciešams organizēt pasākumus šai vecuma grupai, iesaistot viņus dažāda veida aktivitātēs, kas atbilst veco cilvēku veselības stāvoklim, interesēm un labbūtībai.

Pieredze rāda, ka senioriem, kuri ir amatiermākslas kolektīvu dalībnieki un vecumdienās savu vientulību, kas īpaši var saasināties pēc aiziešanas pensijā, mazina dejojot, dziedot vai spēlējot kādu mūzikas instrumentu, vientulības un atstumtības iespējamība, kā arī veselības problēmu rašanās iespēja ir mazāka. Kā zināms, sociāli aktīvie seniori ir dzīvespriecīgāki, saprotošāki, vairāk apmierināti ar dzīvi. Piedalīšanās sabiedriskajās aktivitātēs senioram sniedz iespēju būt noderīgam, nododot savu pieredzi un zināšanas, kas ir problēmu risinājums dzīves kvalitātes uzlabošanā un saglabāšanā.

Līdzīgi pētījumi būtu jāveic arī citos lauku reģionos, jo Latvijā ir ļoti daudz vecu un vientuļu cilvēku, kam ir vajadzīga palīdzība un jārod risinājums, kā šo palīdzību sniegt. Kamēr valstī trūks līdzekļu un sociālo darbinieku, būs samērā problemātiski apzināt šo vecos, vientuļos un atstumtos no sabiedrības cilvēkus, lai viņiem palīdzētu. Sadarbojoties sociālajai, kultūras jomai un pašvaldībai, būtu iespējams šo jautājumu risināt, taču ir darbinieki, kas nav atvērti rīcībai, par ko nesaņem atalgojumu. Iespējams, jāpiesaista brīvprātīgie un sponsori, kas var palīdzēt ar bezmaksas transporta piešķiršanu, un asistenti, kas var pavadīt veco cilvēku uz pasākuma lokācijas vietu.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Курпатов, А. (2016). “Счастлив по своей воле. Первая часть дороги”. Переведено. Рига: SIA Latgales druka, 295 страниц
2. Montminī, Z. (2016). 21 diena pretī dzīvesspēkam. Rīga: Apgāds “Zvaigzne ABC”, 224 lpp.
3. Мякотный В.С., Торгашов М.Н., Боровкова Т.А. (2017). Жизнь - Старение – Стресс. СПб: Издательство: Сатори, 218 стр.
4. Palielinās senioru īpatsvars – LV portāls – Lvportals.lv., 2021. [skatīts 12.11.2022.]. Pieejams: https://lvportals.lv/dienaskartiba/333107-palielinas-senioru-ipatsvars-2021
5. Petrova, R. (2015). Preventīvais darbs ar vientuļajiem pirmspensijas un pensijas vecuma cilvēkiem laukos. Mācību metodiskais līdzeklis. Rīga: “Salana Art”, SIA, 71 lpp.
6. Seniors vai senjors? / SKRIVANEK latviešu valodas padoms. [skatīts 11.11.2022.]. Pieejams: https://skrivanek-lv.webpkgcache.com/doc/-/s/skrivanek.lv/seniors-pret-senjors/
7. Senioru izglītība un dzīves kvalitāte. [skatīts 12.11.2022.]. Pieejams: http://www.edusenior.eu/data/outcomes/wp5/EduSenior-guide-LV.pdf
8. Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likums (spēkā esošā redakcijā). Latvijas Vēstnesis, (168), 19.11.2002. [skatīts 16.11.2022.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/68488-socialo-pakalpojumu-un-socialas-palidzibas-likums

Laura Keiva. PAMATLĪDZEKĻU UZSKAITES ORGANIZĀCIJA LATVIJĀ REĢISTRĒTOS UZŅĒMUMOS

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Grāmatvedība", e-pasts: laurakeiva@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: pamatlīdzekļu uzskaite ir neatņemama uzņēmuma daļa. Lai uzņēmums labāk funkcionētu, tam nepieciešami resursi, kuri nākotnē sagādātu saimniecisko labumu. Katram uzņēmumam ir jābūt skaidrībai par pamatlīdzekļu atzīšanu, uzskaiti un izslēgšanu, kā arī jāspēj izstrādāt un uzrādīt informāciju par pamatlīdzekļiem uzņēmumā saskaņā ar Latvijas Republikas (turpmāk LR) likumdošanu.

Pētījuma mērķis: izpētīt vairāku uzņēmumu pamatlīdzekļu uzskaites un salīdzināt tās. Iepazīties ar LR likumdošanas prasībām par pamatlīdzekļu uzskaiti. Izpētīt pamatlīdzekļa atzīšanas kritērijus, kā noteikt to vērtību, izpētīt pamatlīdzekļu uzskaites principus un risinājumus to izslēgšanai, praktiski analizēt un formulēt secinājumus.

Pētījuma metodes: analīze un sintēze, kvalitatīvā pētniecības metode.

Sasniegtie rezultāti: iegūti dati par četru dažādu uzņēmumu grāmatvedības politiku un par pamatlīdzekļu uzskaites organizāciju, kā arī gūts priekšstats par to, kādiem dokumentiem un informācijai ir jābūt uzņēmuma rīcībā saistībā ar pamatlīdzekļu uzskaiti.

Atslēgas vārdi: *pamatlīdzekļi, nolietojuma normas, norakstīšana*.

Ievads

Katrā uzņēmumā pienāk brīdis, kad nepieciešams iegādāties aktīvus un pamatlīdzekļus. Tie nepieciešami ražošanas procesos, pakalpojumu sniegšanai, uzņēmuma funkciju nodrošināšanai, administratīvajām vajadzībām, kā arī īstenojot valsts un pašvaldību politiku un nodrošinot valsts un pašvaldību budžeta vajadzības. Pamatlīdzeklis var būt gan kustama, gan nekustama lieta, tātad tie var būt transportlīdzekļi, tehnoloģiskās iekārtas, ēkas, biroja aprīkojums, kultūras vērtības, mākslas darbi un daudzi citi. Saskaņā ar Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likumu, pamatlīdzekļiem nepieciešams atbilst šādiem nosacījumiem:

- tās sabiedrība tur kā īpašnieks vai kā nomnieks saskaņā ar finanšu nomu, lai izmantotu preču ražošanai, pakalpojumu sniegšanai, iznomāšanai vai administratīvā nolūkā (sabiedrības pārvaldes vajadzībām vai citām vajadzībām, piemēram, citu pamatlīdzekļu darbības uzturēšanai, sabiedrības pamatdarbībai būtisku darba drošības vai vides aizsardzības prasību izpildes nodrošināšanai);
- tās sabiedrība paredz izmantot ilgāk par vienu gadu un sagaida, ka no šo lietu turēšanas tiks saņemti saimnieciskie labumi;
- tās nav iegādātas un netiek turētas pārdošanai;
- to lietderīgās lietošanas laiks ir ilgāks nekā viens parastās darbības cikls (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums, spēkā esošā redakcija).

Katra uzņēmuma grāmatvedības politikā jābūt noteiktam, pie kādas vērtības (eur) aktīvus atzīst par pamatlīdzekļiem. Kad pamatlīdzekļi tiek sākotnēji atzīti, tiek aprēķināta to izmaksu vērtība. Pamatlīdzekli var uzskaitīt katru atsevišķi, ja vairākiem līdzekļiem ir vienas un tās pašas funkcijas un īpašības, tos ir iespējams uzskaitīt un vērtēt kopā, kā arī iespējams uzskaitīt kādas lietas

konkrētu daļu vai detaļu. Izmaksu vērtībā tiek iekļautas darbinieku algas, kuru pienākumi ir tieši saistīti ar pamatlīdzekļu uzstādīšanu vai sagatavošanu darbam, tiek iekļautas piegādes un pārvietošanas izmaksas, profesionālo pakalpojumu izmaksas, aktīva pārbaudes izmaksas un citas izmaksas, kuras tiešā veidā saistītas no pamatlīdzekļa iegādāšanās līdz lietojuma uzsākšanas brīdim. Nākamais solis pamatlīdzekļu uzskaitē ir nolietojuma aprēķināšana un to sāk veikt tad, kad pamatlīdzekli iespējams izmantot paredzētajiem mērķiem. Degresīvajā metodē nolietojums rēķināms procentos, taču lineārajā metodē nolietojumu rēķina gados. Pamatlīdzekļa nolietojamo vērtību nosaka, no iegādes vērtības atskaitot likvidācijas vērtību (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums, spēkā esošā redakcija). Ja nolietojuma aprēķināšanai nepieciešams izmantot lietošanas intensitāti, tad aprēķināšanu var atlikt tik ilgi, kamēr tas netiek aktīvi izmantots, taču pretējā gadījumā nolietojumu aprēķina arī tad, ja pamatlīdzeklis atrodas remontā, tehniskajā apkopē vai dīkstāvē. Pamatlīdzeklim ar neierobežotu lietderīgās lietošanas laiku (piemēram, zemesgabalam) un pamatlīdzeklim, kuram nevar noteikt lietderīgās lietošanas laiku (piemēram, mākslas priekšmetam), ikgadējo nolietojumu neaprēķina (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums, spēkā esošā redakcija). Veicot pamatlīdzekļu atjaunošanu, rekonstrukciju vai uzlabojumus, kas pagarina pamatlīdzekļa lietderīgās lietošanas laiku vai būtiski uzlabo tā stāvokli, izdevumus pieskaita pamatlīdzekļa uzskaites vērtībai (Valsts kase, bez gada). Sabiedrības grāmatvedības reģistros par katru atsevišķu pamatlīdzekli norāda šādu informāciju:

- sākotnējā vērtība un visas vērtības izmaiņas;
- lietderīgās lietošanas laika ilgums un tā izmaiņas;
- piemērotā nolietojuma aprēķināšanas metode (ja attiecīgā pamatlīdzekļa lietderīgās lietošanas laiks ir ierobežots) un tās izmaiņas;
- pārvietošanas vai izslēgšanas pamatojums;
- cita informācija (piemēram, datums, ar kuru pamatlīdzekli sāk izmantot saimnieciskajā darbībā atbilstoši tam paredzētajam mērķim, attiecīgā dokumenta (piemēram, pieņemšanas un nodošanas akta, grāmatvedības izziņas) datums un numurs, datums, ar kuru tiek pārtraukta un atsākta pamatlīdzekļa izmantošana saimnieciskajā darbībā) (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums, spēkā esošā redakcija).

Pēc pamatlīdzekļa lietošanas beigām, to atsvabina vai likvidē tādā veidā izslēdzot no grāmatvedības uzskaites, kā piemēram, pēc vairākiem darbības cikliem, tas vairs nenes saimniecisko labumu, uzņēmums vēlas iegādāties pēc funkcijām līdzvērtīgu aktīvu, kas būtu efektīvāks un no tā būtu lielāks ieguvums. Uzņēmums pamatlīdzekli noraksta, samazinot tā sākotnējo uzskaites vērtību par uzkrāto nolietojumu un vērtības samazinājumu, un pēc tam atlikušo vērtību noraksta atbilstošajā izdevumu kontā.

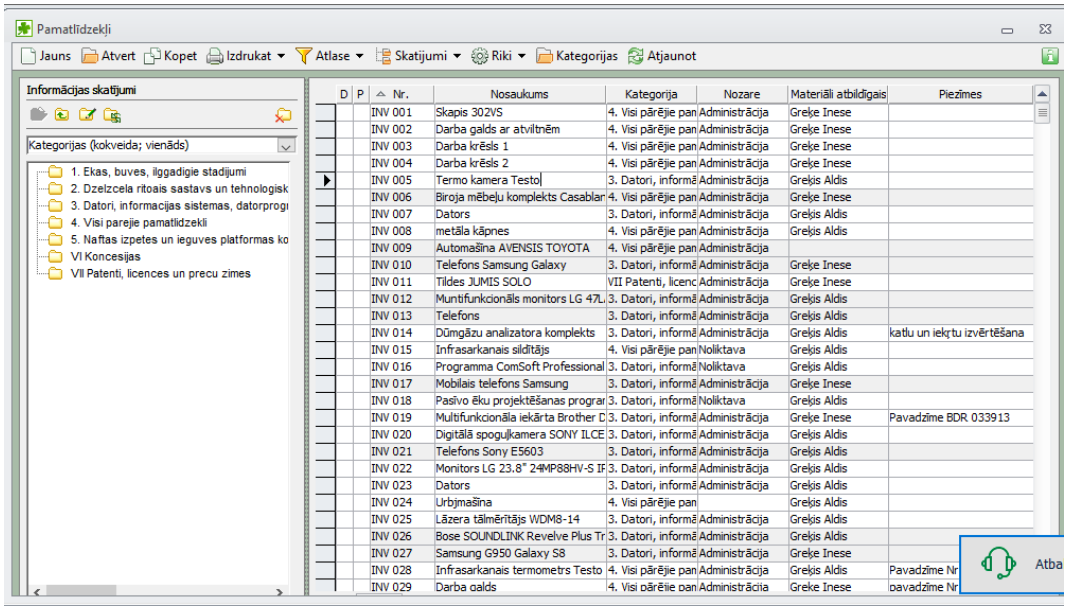
Analītiskais apskats

Pētījumā tika izmantoti 4 dažādi uzņēmumi un to pamatlīdzekļu uzskaites. **Sabiedrība ar ierobežotu atbildību "ABC Energy Efficiency"** ir 2010. gadā reģistrēts uzņēmums, kas piedāvā plašu pakalpojumu klāstu enerģētikas un būvniecības projektu realizēšanā. Uzņēmuma grāmatvedība tiek veikta ar grāmatvedības un uzņēmuma vadības sistēmu "Jumis". Šajā uzņēmumā pamatlīdzekļi tiek uzskaitīti saskaņā ar iegādes izmaksu metodi. Tādu datorprogrammu iegādes izmaksas, kas ir cieši saistītas ar iekārtas funkcionalitāti un nevar tikt no tās atdalītas, tiek kapitalizētas kā šo iekārtu sastāvdaļas. Sabiedrība grāmato pamatlīdzekļus, kuru vērtība pārsniedz EUR 100 un lietderīgās kalpošanas laiks pārsniedz vienu gadu. Pamatlīdzekļu nolietojums tiek aprēķināts pēc lineārās metodes un tas tiek iekļauts peļņas vai zaudējumu pārskatā. Sabiedrības pamatlīdzekļiem pārskata perioda nolietojuma summa aprēķināta no katra pamatlīdzekļa atlikušās vērtības, piemērojot attiecīgajai pamatlīdzekļu kategorijai noteikto nolietojuma likmi:

- tehnoloģiskās iekārtas, transporta līdzekļi – 20–30 %;
- datori, sakaru līdzekļi, kopētāji un to aprīkojums – 35 %;
- pārējie pamatlīdzekļi – 20 %.

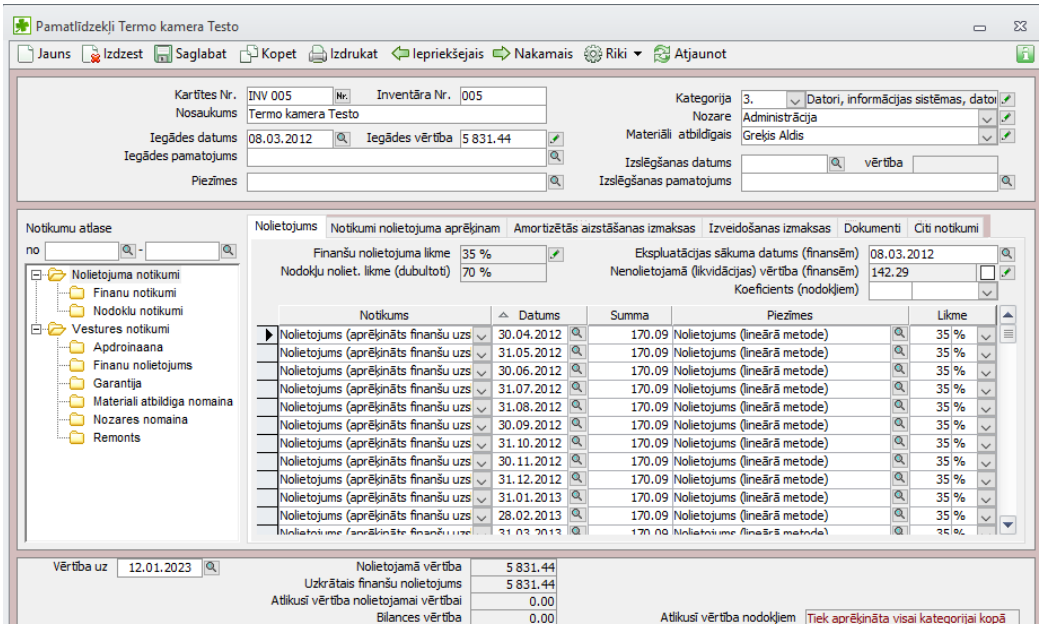
Veicot ilgtermiņa nemateriālo ieguldījumu inventāro uzskaiti, katram objektam augošā kārtībā tiek piešķirts inventāra numurs (INV 001; INV 002 utt.) un numurs inventārās uzskaites kartiņās (skatīt 1. un 2. att.) datorprogrammas modulī. Par pamatlīdzekļiem tiek uzkrāta informācija, norādot:

- inventāra numuru;
- kategoriju;
- objekta nosaukumu;
- atrašanās vietu;
- objekta iegādes un bilances vērtību;
- ekspluatācijas uzsākšanas datumu;
- ekspluatācijas beigu datumu;
- objekta izslēgšanu un izslēgšanas pamatojumu (ABC Energy Efficiency nepublicētā informācija, bez gada).



1. att. Pamatlīdzekļu saraksts grāmatvedības programmā "Jumis" (Avots: ABC Energy Efficiency iekšējie dati)

Inventārās uzskaites kartiņas tiek izdrukātas reizi gadā – līdz pārskata gadam sekojošā gada 31. janvārim – un iešūtas ilgtermiņa ieguldījumu dokumentu mapēs.

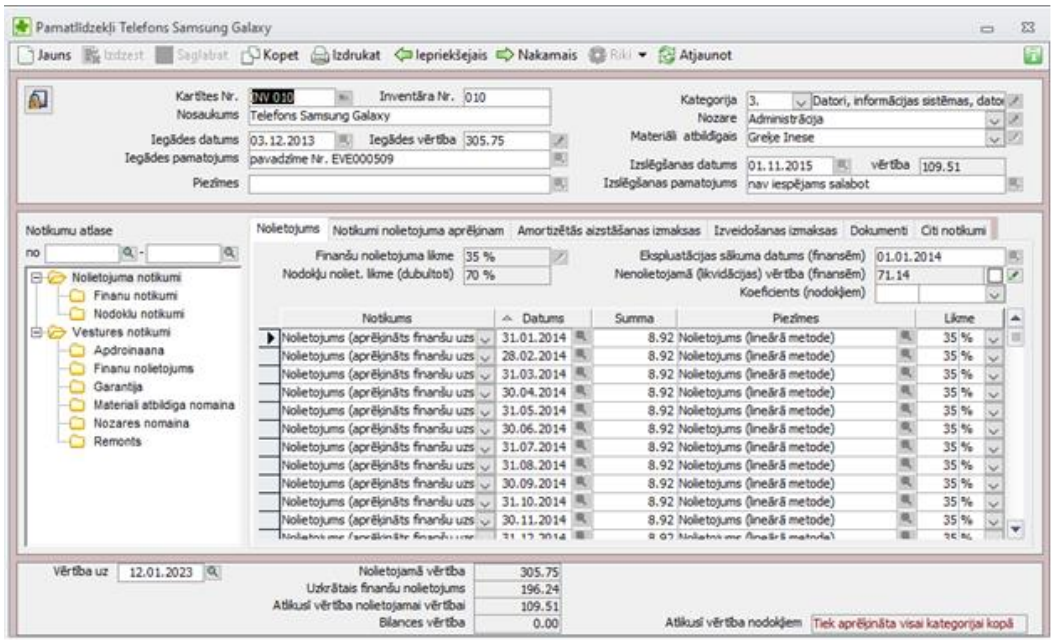


2. att. Pamatlīdzekļa kartiņa (Avots: ABC Energy Efficiency iekšējie dati)

Pamatlīdzekļu objektus izslēdz no grāmatvedības un inventārās uzskaites, ja tos:

- atsavina – pārdod, apmaina pret citu aktīvu, nodod dāvinājumā, konstatē zādzību u. tml.;
- likvidē, jo no tā lietošanas vai atsavināšanas nākotnē nav gaidāmi saimnieciski labumi – objekts ir fiziski bojāts vai morāli novecojis, un tā atjaunošana nav lietderīga.

Ja objekts pārskata gada laikā tiek atsavināts vai likvidēts, tad kartiņa tiek izdrukāta ne vēlāk kā līdz darījuma mēneša 10. datumam un pievienota atsavināšanas dokumentiem, skatīt 3. att.



3. att. Norakstīta pamatlīdzekļa kartiņa (Avots: ABC Energy Efficiency iekšējie dati)

Likvidējot pamatlīdzekļus un datorprogrammas, lai noteiktu to atjaunošanas nelietderīgumu vai neefektivitāti, kā arī lai veiktu likvidējamā objekta norakstīšanas dokumentu sagatavošanu, uzņēmuma vadītājs ar rīkojumu norīko komisiju, kurai rīkojumā noteiktajā termiņā nepieciešams:

- iepazīties ar norakstāmā objekta tehnisko dokumentāciju, grāmatvedības uzskaites datiem un citu svarīgu informāciju, ja tāda ir;
- veikt norakstāmā pamatlīdzekļu objekta apskati dabā, novērtēt un dokumentēt to atjaunošanas un tālākas izmantošanas neiespējamību vai nelietderību, nepieciešamības gadījumā izmantojot speciālistu vai ekspertu atzinumu;
- noskaidrot un dokumentēt ilgtermiņa nemateriālo aktīvu vai pamatlīdzekļu objekta norakstīšanas konkrētos iemeslus: fiziskais, morālais nolietojums, drošības noteikumu pārkāpumi, lietošanas tiesību izbeigšanās (licencēm), avārijas;
- ilgtermiņa nemateriālo aktīvu vai pamatlīdzekļu objekta sabojāšanas vai pazaudēšanas gadījumā noskaidrot personas un apstākļus, kas ir atbildīgas par notikušo, un iesniegt priekšlikumus vadībai problēmas risināšanai un līdzekļu atgūšanai;
- noteikt norakstāmo pamatlīdzekļu objektu atsevišķu derīgo mezglu, detaļu un citu materiālu tālākas izmantošanas iespējas, nepieciešamības gadījumā pieaicinot ekspertus, veikt to novērtēšanu pēc attiecīgajā brīdī zemākās tirgus vērtības, kontrolēt šo detaļu izņemšanu no norakstāmā objekta;
- vienā eksemplārā sagatavot un nodot apstiprināšanai uzņēmuma vadītājam objekta norakstīšanas aktu ar pielikumiem un slēdzieniem par iespējamo realizāciju, t.sk., nodošanu otrreizējās pārstrādes uzņēmumiem vai metāllūžņu savākšanas uzņēmumiem, iznīcināšanu, u.t.t.

Pamatlīdzekļu atsavināšanu un likvidāciju reģistrējot grāmatvedībā, darījums tiek uzskaitīts inventārās uzskaites kartiņās modulī "Pamatlīdzekļi" un iegrāmatots modulī "Finanses", norakstītā objekta iegādes vērtību samazinot par uzkrāto nolietojumu un nenoamortizēto vērtību (ja tāda ir atlikusi) attiecinot uz izmaksām.

Kā otrs pētāmais uzņēmums tika izvēlēts **SIA "Ingenia"**, kas dibināts 2020. gadā. SIA "Ingenia" ir speciālistu komanda, kas piedāvā pakalpojumus būvuzraudzības, tehniskās apsekošanas, projektēšanas un būvniecības projektu vadīšanas jomās. Šī sabiedrība grāmato pamatlīdzekļus, kuru vērtība pārsniedz EUR 700. Ņemot vērā, ka šim uzņēmumam ir visaugstākā pamatlīdzekļu summa, nepieciešams veikt izpēti par nepieciešamību mainīt pamatlīdzekļu politiku. Sabiedrības grāmatvedību veic ārpakalpojums. Uzņēmuma pirmajā gadā kā pamatlīdzeklis tika iegādāts klēpjdators, no kura tika aprēķināta amortizācija uz perioda beigām un attiecīgi arī tā atlikusī vērtība. Nākošajā gadā tika norakstīts vēl viens klēpjdators, kā arī trīs darba galdi ar regulējošu augstumu. Darba galdi ir identiski, tādēļ tos iespējams saskaitīt un iekļaut pamatlīdzekļos (Ingenia nepubliskotā informācija, bez gada).

Trešais pētāmais uzņēmums vēlējās palikt anonīms. SIA "XXXXX" nodarbojas ar inženierkomunikāciju un inženiersistēmu būvprojektēšanas pakalpojumiem, arhitektūru, kā arī konsultāciju sniegšanu. Sabiedrībā pamatlīdzekļi ir uzņēmuma materiāli lietiskie ieguldījumi, kuru vērtība pārsniedz EUR 50. Pamatlīdzekļu inventarizācijas aktā esošie pamatlīdzekļi sadalīti pa grupām: nemateriālie ieguldījumi, biroju telpas, automašīnas, mēbeles, datortehnikas, sakaru iekārtas un pārējie pamatlīdzekļi. Aktā sniegta tāda informācija kā ekspluatācijas sākuma datums, sākotnējā vērtība un konkrētā pamatlīdzekļa skaits un mērvienība. Pamatlīdzekļu norakstīšanas aktā visu līdzekļu norakstīšanas iemesls norādīts kā "salūzis, neremontējams", līdz ar to uzkrātais nolietojums sakrīt ar tā sākotnējo vērtību.

Arī ceturtais pētāmais uzņēmums vēlējās palikt anonīms. SIA "YYYYY" nodarbojas ar veselības aprūpes pakalpojumiem. Lai uzņēmums spētu funkcionēt un tiktu veicināta tā attīstība, tam nepieciešamas iekārtas, medicīnas tehnika, transporta līdzekļi, ēkas un biroja ierīces.

Grāmatvedības kārtošanai izmanto kontu plānu un grāmatvedības uzskaite tiek kārtota datorprogrammā "HORIZON". Uzņēmumā noteikts pamatlīdzekļu atzīšanas vērtības lielums par vienu vienību, un tas ir virs 200 EUR ar PVN. Nolietojums tiek aprēķināts pēc lineārās metodes, izvēloties par pamatu šādas nolietojuma normas:

- Ēkas – 2,5 %;
- Būves – 5 %;
- Tehnoloģiskās iekārtas – 14,29 %;
- Transporta līdzekļi – 20 %;
- Citi pamatlīdzekļi – 10 %;
- Datori un datu uzkrāšanas iekārtas – 33,33 %;
- Zemes gabaliem nolietojums netiek aprēķināts.

Katram pamatlīdzeklim tiek piešķirts inventāra numurs, kas sakrīt ar uzskaites kartiņas numuru, tādā veidā atvieglojot procesu, veicot kontroli. Kategorijā "Tehnoloģiskās iekārtas un mašīnas" 2016. gadā ir visvairāk izslēgto pamatlīdzekļu, tie tika izslēgti, jo to lietderīgās lietošanas laiks bija beidzies un uzņēmums nespēj pildīt solītos pakalpojumus bez tiem. Izslēgtie pamatlīdzekļi tika aizvietoti ar jaunām un funkcionējošām tehnikām.

Pētījuma metodoloģija

Veicot pētījumu, tika veikta datu analīze no aptaujās iegūtajiem datiem, no interneta vietnē pieejamajiem materiāliem, kā arī no Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma un Ministru kabineta noteikumiem Nr. 775. Pētījumu datu iegūšanai tika izmantota kvantitatīvā datu analīzes metode.

Pētījuma rezultāti

Analizējot visus četrus uzņēmumus un darba autora rīcībā esošo informāciju, tika novērots, ka pamatlīdzekļu lietderīgās lietošanas laiku katrs uzņēmums uzstāda individuāli atkarībā no uzņēmuma darbības veida un specifikas. LR likumdošanas normatīvie akti nenosaka un neierobežo pamatlīdzekļu atzīšanas vērtības lielumu. Tās vērtības lielumu nosaka uzņēmuma vadībai izstrādātajā grāmatvedības politikā, ņemot vērā uzņēmuma darbības specifiku. Pamatlīdzekļu vērtība SIA "ABC Energy Efficiency" ir noteikta 100 EUR, SIA "Ingenia" vērtība ir noteikta 700 EUR, uzņēmumā "XXXXX" – 50 EUR, bet uzņēmumā "YYYYY" vērtība ir 200 EUR.

Finanšu grāmatvedībā pamatlīdzekļu nolietojuma aprēķināšanai uzņēmums var pielietot vienu no minētajām metodēm:

- lineārā metode;
- degresīvā metode;
- no izstrādes apjoma atkarīgā metode.

Visplašāk tiek izmantota lineārā metode, kura pamatota ar pieņēmumu, ka uzņēmuma līdzekļu lietderība samazinās vienmērīgi.

Visos pētītajos uzņēmumos pamatlīdzekļu inventarizācijas aktos un pamatlīdzekļu norakstīšanas aktos neatbilstības netika novērotas, taču uzmanību piesaistīja uzņēmuma "XXXXX" norakstīšanas akta gala vērtības, kur uzkrātais nolietojums EUR ir identisks ar līdzekļa sākotnējo vērtību EUR, pamatojoties uz to, ka visas iekārtas un ierīces ir salūzušas līdz nesaremontējamam

stāvoklim. Pārējos uzņēmumos līdzekļu nolietojums sasniedza aptuveni 80 % to norakstīšanas brīdī.

Secinājumi

Pētījuma rezultātā var secināt, ka uzņēmums ir stabilāks, ja tam ir vairāk aktīvu. Jo vairāk uzņēmumam aktīvu, jo tas ir lielākā drošībā, kā piemēram, skatoties pēdējo piecu gadu notikumus Latvijā, Covid-19 pandēmijas laikā vairāki uzņēmumi saskārās ar dīkstāvi un naudas grūtībām. Aktīvi šajā situācijā var palīdzēt uzņēmumam, tos pārdodot. Kā arī aktīvi var palielināt uzņēmuma ieņēmumus un attiecīgi arī uzņēmuma pašu kapitālu, kas var būt noderīgi, ja ir nepieciešamība pēc bankas atbalsta. Bankas, novērtējot uzņēmumu, vērtē, vai uzņēmuma pašu kapitāls attiecībā pret kopējo bilanci sasniedz 25 %, kas liecina par stabilu uzņēmumu. Līdz ar to ir jāveic novērtēšana un analīze katrā uzņēmumā, lai noteiktu savam uzņēmumam piemērotāku pamatlīdzekļu vērtības noteikšanas metodi un nolietojuma aprēķināšanas metodi. Pēc būtības, dibinot uzņēmumu, lielākoties, sākotnēji pamatlīdzekļu atzīšanas vērtību liek mazāku, lai pirmajos gados uzņēmums neietu mīnusos, taču šajā gadījumā SIA "Ingenia" jau sākotnēji savā grāmatvedības politikā ir ieviesis 700 EUR sākuma vērtību. Šī ir grūti sasniedzama summa un tas attiecīgi redzams arī pēc aktiem, ka tikai galdi un klēpjdatori uz doto brīdi ir iekļauti attiecīgajā grupā, taču papildus, veicot izpēti uzņēmuma bilancēs, var secināt, ka uzņēmumam ir laba peļņa un tas ir stabils. Lai veiktu saimniecisko darbību, šis uzņēmums ir iegādājies arī dažādus instrumentus un ierīces, taču tās ir iegrāmatotas pie mazvērtīgā inventāra. Pētot uzņēmumu kopumā, nav pamatojuma grāmatvedības politikas mainīšanai un pamatlīdzekļu sākotnējās vērtības samazināšanai. Secinājums, ka visos četros pētītajos uzņēmumos neatbilstības netika atrastas.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Ministru kabinets (2016). Ministru kabineta noteikumi Nr. 775, 01.01.2016. [skatīts 02.01.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/278844-gada-parskatu-un-konsolideto-gada-parskatu-likuma-piemerosanas-noteikumi
2. Saeima (2016). Gada pārskatu un konsolidēto gadu pārskatu likums. [skatīts 02.01.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/277779-gada-parskatu-un-konsolideto-gada-parskatu-likums
3. Valsts ieņēmumu dienests (2022). Metodiskais materiāls Grāmatvedības uzskaite vienkāršā ieraksta sistēmā. Elektroniskais resurss [skatīts 02.01.2023.]. Pieejams: https://www.vid.gov.lv/lv/media/2405/download?attachment
4. Valsts kase (bez gada). Prioritārā pasākuma "Finanšu uzskaites procesu standartizācijas valsts un pašvaldību iestādēs nodrošināšana" ieviešana, posms «Apmācība» prezentāciju materiāls. Elektroniskais resurss [skatīts 02.01.2023.]. Pieejams: https://www.kase.gov.lv/sites/default/files/public/PD/Metodika/Rokasgr%C4%81matas/M%C4%81c%C4%ABbu%20materi%C4%81li/Pamatlidzeklu_uzskaite.pdf

Madara Alksne, Annija Šibeika. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Grāmatvedība", e-pasts: madaraalksne@inbox.lv; sibeikaannija@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: digitalizācijas laikmetā, ienākot jaunajām programmām un citiem tehniskajiem izstrādājumiem, aktuāli kļūst jautājumi par inventarizācijas procesu digitalizāciju un krājumu uzskaiti savādāk nekā pieņemts līdz šim. Pētāmajā uzņēmumā šobrīd inventarizāciju veic papīra formātā, vēlāk informāciju manuāli ievadot "Excel" tabulās un apkopojot. Inventarizācijas procesā nepieciešams iesaistīt daudz cilvēkresursu un katru gadu šajās dienās, kad norit inventarizācija, uzņēmums ir slēgts apmeklētājiem. Šobrīd uzņēmumā nav apkopoti krājumi vienā sistēmā un visa datu uzskaite notiek manuāli. Katru gadu šajā laikā tiek zaudētā potenciālā peļņa, un šajā procesā nepieciešams iesaistīt arī cilvēkus no malas, jo ar esošo darbaspēka resursu nepietiek. Tiek pieļautas arī cilvēciskas kļūdas un pārskaitīšanās, kas noved pie neprecīza rezultāta.

Pētījuma mērķis: izpētīt inventarizācijas procesus, praktiski analizēt un izvērtēt to ievērošanu pētāmajā uzņēmumā, formulēt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus inventarizācijas pilnveidei pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā, datu savākšanas metode, sintēzes un loģiski-konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autores pēta un analizē inventarizācijas normatīvo aktu bāzi un piedāvātos tehniskos risinājumus Latvijā. Otrajā daļā darba autores praktiski pēta un raksturo pētāmā uzņēmuma inventarizācijas dokumentāciju, analizē to veikšanas un izstrādes kārtību, sagatavo ieteikumus, kā padarīt procesus digitalizētus. Trešajā daļā darba autores pēta speciālos normatīvos aktus, kas attiecas uz pētāmo uzņēmumu un apraksta to ietekmi uz inventarizācijas procesiem pētāmajā uzņēmumā.

Atslēgas vārdi: *grāmatvedība, normatīvie akti, inventarizācija.*

Ievads

Darba autores apgūstot profesionālo kvalifikāciju iepriekšējā izglītības iestādē, profesijas kvalifikācijas praksi 6 mēnešu garumā ir aizvadījušas klientu apkalpošanas speciālista amatā mazumtirdzniecības uzņēmumā un ir novērojušas, ka šis uzņēmums, kas nodarbojas ar kancelejas preču tirdzniecību, ikdienas uzskaitēs un darījumos neizmanto tehnoloģijas, un viss tiek veikts papīra formātā. Šobrīd, kad visapkārt strauji norit digitalizācijas procesi, un visa informācija tiek pārnesta uz virtuālo vidi, ir ļoti svarīgi, lai uzņēmums tam sekotu līdzi un atvieglotu savus ikdienas procesus. Skaidrs ir tas, ka vienā dienā un pat vienā gadā šādas izmaiņas nevar veikt. Atsaucoties uz šo informāciju, mūsu mērķis ir izpētīt, ar ko uzņēmumam būtu jāsāk, kādi procesi jāveic pirmie, un kā tas ilgtermiņā var atvieglot uzņēmuma ikdienas darbus.

Pētāmais uzņēmums ir SIA "X", tas ir dibināts 2000. gadā. SIA "X" piedāvā apmierināt juridisko un privātpersonu vajadzības pēc birojā un mājoklī ikdienā nepieciešamajām precēm, sākot no zīmuļa un beidzot ar sadzīves tehniku un mēbelēm. SIA "X" uzņēmējdarbību veic Jelgavā, un tam ir atvērtas 4 dažāda spektra tirdzniecības filiāles – kancelejas preces, apģērbs, mēbeles un velosipēdi. Piedāvājuma un preču klāsts ir apjomīgs, un tas ir savas jomas lielākais uzņēmums pilsētā.

Inventarizācija ir viens no uzņēmuma svarīgākajiem un apjomīgākajiem darba posmiem, kas nodrošina uzņēmuma faktisko un grāmatvedības uzskaites kontroli. Inventarizācija ir uzņēmuma īpašumā un lietojumā esošo objektu un līdzekļu pārbaude dabā, un salīdzināšana ar grāmatvedības

uzskaites datiem, prasību saistību summu saskaņošana ar debitoriem un kreditoriem, kā arī uzņēmumā esošu, bet tam nepiederošu objektu pārbaude dabā (Mālderis, 2005).

Darba autores izvēlējās tematu – **Inventarizācijas procesa pilnveide mazumtirdzniecības uzņēmumā,** jo pētāmajā uzņēmumā pašas veica inventarizācijas uzskaiti, un vēlas to padarīt uzņēmumam mazāk laikietilpīgu, ar mazākiem cilvēku resursiem un sekojot digitalizācijas tendencēm.

Darba mērķis ir izstrādāt priekšlikumus inventarizācijas pilnveidei mazumtirdzniecības uzņēmumā SIA "X:.

Lai sasniegtu darba mērķi, darba autores nosaka šādus uzdevumus:

1. analizēt uzņēmuma esošās inventarizācijas metodes;
2. attiecināmās zinātniskās literatūras izpēte, analizējot inventarizācijas procesu atziņas dažādu autoru darbos un literatūras izpēte par digitalizācijas un elektroniskās inventarizācijas iespējām uzņēmumiem;
3. analizēt uzņēmumā veicamos soļus inventarizācijas elektronizācijai, prognozēt, kādus atvieglojumus un uzlabojumus tas sniegtu;
4. izstrādāt inventarizācijas procesu shēmu;
5. izstrādāt priekšlikumus mazumtirdzniecības uzņēmuma SIA "X" inventarizācijas procesa pilnveidei uzņēmumā SIA "X".

Pētījumā darba autors izmantoja šādas pētniecības metodes: monogrāfiskā, datu savākšanas metode, sintēzes un loģiski-konstruktīvā metode.

Analītiskais apskats

Ar likumu ir noteikts, ka katra pārskata gada beigās ir jāveic visa uzņēmuma un lietošanā esošā inventāra un pamatlīdzekļu inventarizācija. Uzņēmumos ar daudz pamatlīdzekļu (virs 500), tas aizņem vairākas dienas, turklāt iesaista vismaz 3 darbiniekus – vismaz 2 inventarizācijas veicējus un grāmatvedi, kas datus ievadīs sistēmā un izveidos nepieciešamos dokumentus. Kā gudri uzņēmumi laiku ekonomē, lai inventarizācija būtu pēc iespējas nesāpīgāks process? Kad izdrukāts pamatlīdzekļu un inventāra saraksts, 2 darbinieki dodas cauri birojam, noliktavai, veikalam vai darbnīcai, meklējot katru no lietām, salīdzinot svītrkodus vai, visbiežāk, uz preces uzlīmētos numurus un atzīmējot tās sarakstā. Kā jau ar manuālu darbu, kad viens ar pirkstu velk līdzi sarakstam, bet otrs sauc numuru vai svītrkodu, kas parasti ir diezgan gara ciparu kombinācija – reakcija ar laiku zūd un palielinās kļūdu iespējamība. Turklāt visbiežāk process nemaz nesokas tik gludi, ja, piemēram, pamatlīdzeklis ir pazudis. Un nav atsekojams, kas ir tā īstais atbildīgais, jo šī informācija ir pazudusi kaut kur papīru kalnos. Tomēr šī pat nav laikietilpīgākā darba daļa. Zināms, ka gada beigas ir viens no saspringtākajiem periodiem grāmatvedībā. Līdz ar to, kad kolēģi ir pabeiguši inventarizāciju, tieši grāmatvedībai ir jārod laiks rindiņu pa rindiņai šo informāciju pārbaudīt, ievadīt sistēmā un veidot nepieciešamos resursu kustības dokumentus. Tā paiet vairākas darba dienas, veicot manuālu datu pārrakstīšanu un salīdzināšanu. Vairāki sistēmu ražotāji piedāvā tādus elektroniskus risinājumus, kas ar aplikāciju/programmu palīdz veikt inventarizāciju. Izmantojot svītrkodus, tiek fiksēts pamatlīdzeklis un uzreiz programmā iespējams veikt izmaiņas. Labākās grāmatvedības sistēmas piedāvā šādu risinājumu jau savienotu ar uzskaites sistēmu, lai process būtu pilnībā automatizēts un informācija grāmatvedībā nonāktu automātiski un dokumentus varētu ģenerēt, nevis veidot (Visma, 2019).

Kustamu un nekustamu ķermenisku lietu un skaidras naudas inventarizāciju veic ar vispārīgi izmantojamiem paņēmieniem (apskatot, saskaitot, nosverot, izmērot) vai, ja nepieciešams, ar speciāliem paņēmieniem (piemēram, ģeodēziskie mērījumi, tehniskie aprēķini, paraugu ķīmiskā analīze laboratorijās, pieaicināto ekspertu vērtējums, attiecīgu valsts reģistru aktualizētie dati,

fiziskās personas apliecinājums par konkrētas lietas atrašanos šīs personas valdījumā un lietojumā, kas apliecināts ar parakstu), pārbaudot attiecīgo lietu daudzumu un pilnvērtīgumu (kvalitāti, derīgumu). Nemateriālo ieguldījumu un citu bezķermenisko lietu, kā arī prasījumu un saistību (arī ārpusbilances posteņu) summas inventarizē, to apjomu pārbaudot saskaņā ar attiecīgajiem dokumentiem. Prasījumu un saistību summas salīdzina ar attiecīgajiem saimniecisko darījumu dalībniekiem (debitoriem un kreditoriem). Vienādu kustamu ķermenisku lietu inventarizāciju var veikt arī ar izlases metodi. Ar šajā punktā minēto inventarizācijas metodi noteiktie inventarizācijas rezultāti nedrīkst būtiski atšķirties no vienlaidu inventarizācijas rezultātiem (MK noteikumi Nr. 877).

Pat, ja inventarizācija notiek ārpus darba laika un tirdzniecība vai ražošana tiešā veidā netiek ierobežota, personāls bieži vien to sagaida ar ne pārāk pozitīvām izjūtām. Tas saistīts ne tikai ar iespējamo nesakritību atklāšanos, bet arī ar nepieciešamību strādāt ārpus darba laika, veicot ikdienas pienākumos neietilpstošu darbu. Vadībai savukārt jārēķinās, ka darbiniekiem būs jāpiemaksā par virsstundām, būs jāiegulda enerģija apmācībā, kontrolē utt. Kamēr darbinieki veiks inventarizāciju, viņi nevarēs veikt savus tiešos darba pienākumus. Ievērojams resursu patēriņš, vai ne? Inventarizācijā ļoti būtiska ir padarītā darba un uzkrāto datu kvalitāte. "Ciparu dzenāšana", kas aizņem lielu daļu no tradicionālās inventarizācijas, ir cilvēciski nogurdinošs process. Veicot inventarizāciju pēc darba laika, darbiniekiem ar laiku kļūs grūti koncentrēties, var rasties kļūdas, mazināsies darbinieku motivācija un produktivitāte nākamajās darbdienās. Un viss jau nebeidzas ar fizisku preču saskaitīšanu! Tai seko uzkrāto datu apkopošana, kontrole un ievadīšana noliktavas uzskaites sistēmā. Rezultātu apkopošana nereti ir laikietilpīgs process, kas var aizņemt pat vairākas dienas. Tāpēc atkārtotas pārbaudes bieži tiek veiktas tikai lielākajām nesakritībām vai netiek veiktas vispār. Jāņem vērā arī fakts, ka preču uzskaiti ietekmē arī cilvēciskais faktors – atbildīgie var veikt dažādus pieņēmumus par preces daudzumu, nepieciešamību skaitīt vai neskaitīt preci. Laika, motivācijas trūkuma vai noguruma dēļ var rasties vēlme "pielāgot" rezultātus vēlamajiem. Dažos gadījumos var būt sastopama arī tīša informācijas sagrozīšana. Visi augstāk minētie faktori rada bažas par rezultātu ticamību – datos ir 5 % un pat vairāk neprecizitāšu, ko vēlāk grūti pārbaudīt. Nesakritības bieži vien iespējams noteikt tikai nākamajā dienā vai pat vēlāk, jo preču atlikumi tikmēr jau ir mainījušies un darbinieki aizņemti ar citiem darbiem. Pēc tam saprast, kurš, kad un kuru preci ir identificējis ir teju neiespējamā misija (Izdevniecība iŽurnāli, 2021).

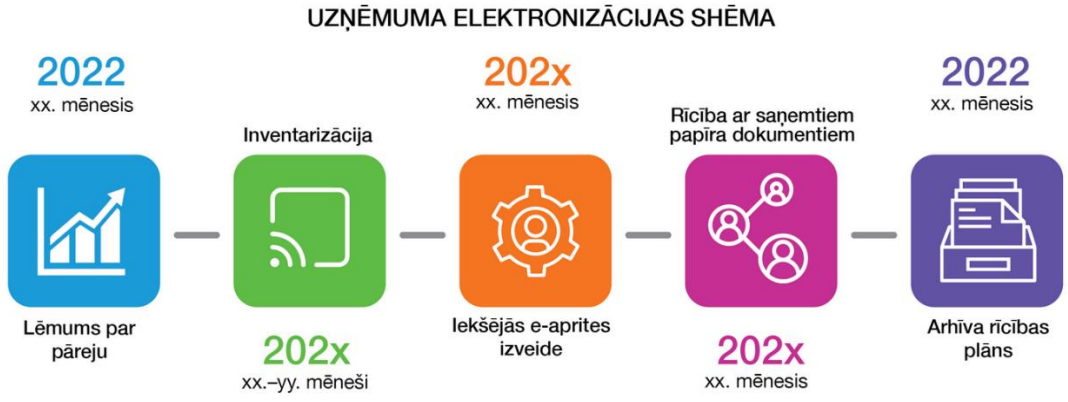
Ja noliktavas sistēma uzņēmumā nav ieviesta vispār, visticamāk, uzskaites trūkuma dēļ uzņēmums zaudē naudu, iepērkot pārāk daudz preču vai neiepērkot tās nepieciešamajā daudzumā, kas atbilstu pieprasījumam. Fiziski nepārskaitot noliktavu, nav zināms, kādi ir noliktavas atlikumi. Proporcionāli uzņēmuma izmēram un krājumu daudzumam, pieaug arī iespējamie zaudējumi, jo krājumu uzskaite kļūst arvien sarežģītāka. Turklāt, nezinot precīzu informāciju par noliktavas krājumu atlikumiem, uzņēmums saviem klientiem izdara solījumus, kurus ne vienmēr spēj pēc tam izpildīt. Tāpat, augošos uzņēmumos, kuros noliktavas uzskaites sistēma tomēr ir ieviesta, bieži novērojama trūkstoša sasaiste starp grāmatvedības un krājumu uzskaitēm. Naudas atlikumi un maksājamie rēķini atrodas nošķirti no preču uzskaites – katrs savā sistēmā. Rezultātā dati jāievada divās dažādās sistēmās. Piemēram, grāmatvedības sistēmā tiek reģistrēta informācija par saņemto preču pavadzīmēm, bet noliktavas uzskaites programmā par saņemto preču daudzumiem. Šādos gadījumos vērts aizdomāties par vienotas sistēmas ieviešanu, lai optimizētu procesus un ietaupītu laika un naudas resursus. Galvenie ieguvumi lietojot noliktavas uzskaites sistēmu – noliktavas kustība un aprite kļūst pārskatāmāka, ļaujot uzņēmumam viegli un ērti izsekot katrai vajadzībai un tam, kādā statusā tās atrodas. Rezultātā, ieviešot noliktavas uzskaites sistēmu, uzņēmums saskarsies ar virkni ieguvumu, kas atvieglos, uzlabos un paātrinās darba procesus (Visma, 2018).

Uzņēmumam augot, paturēt prātā visas individuālās vienošanās ar dažādiem klientiem kļūst sarežģīti. Noliktavas uzskaites sistēma ļauj veidot cenošanas un atlaižu mehānismus dažādiem klientiem. Kādas preces un par kādām cenām ir pārdotas dažādiem klientiem? Kuriem klientiem

piemērotas atlaides? Cik lielas atlaides? Uz cik ilgu laiku? Noliktavas uzskaites sistēmā šī informācija ir uzreiz pieejama un dokumentos aizpildās automātiski. Noliktavas uzskaites sistēma sniedz iespēju ātri un ērti veidot operatīvās un stratēģiskās krājumu aprites atskaites dažādos griezumos – pēc preču grupām, pēc cenām, pēc reģioniem, pēc klientu grupām, pēc aģentiem utt. Noliktavas uzskaites sistēma apkopo noliktavas datus reālajā laikā, ļaujot uzņēmumiem strādāt ar visprecīzāko pieejamo informāciju. Ar grāmatvedības sistēmu saistītas noliktavas uzskaites sistēmas ieviešana palīdz uzņēmumiem samazināt izmaksas, uzlabot krājumu uzskaites precizitāti, uzlabot elastīgumu un spēju operatīvi reaģēt, samazināt manuālās kļūdas preču atlasē un piegādē, kā arī uzlabot vispārējo apkalpošanas servisu un klientu apmierinātību. Uzņēmumam augot, pieaug arī darbinieku skaits un cilvēciskās kļūdas ir neizbēgamas. Noliktavas uzskaites sistēma ļauj sekot precēm, un vienmēr zināt kur, kas un cik daudz atrodas. Neuzmanības vai citu iemeslu dēļ preces nevar pazust, jo sistēmā ir redzamas noliktavas krājumu izmaiņas un iespējams sekot katra lietotāja veiktajām darbībām (Visma, 2018).

Digitalizācija ir process, kurā analogie procesi un fiziskie objekti tiek pārveidoti ciparu formātā. Citiem vārdiem sakot, digitalizācija ir procedūra, ar kuras palīdzību noteiktas darbības var sākt veikt, izmantojot digitālos nesējus, piemēram, datorus vai viedtālruņus, parasti ar interneta savienojuma palīdzību. Līdzīgi digitalizācija attiecas uz rakstu vai dokumentu formāta maiņu no fiziskā uz digitālo. Tas ir, faili vairs nav uz papīra, lai pārvietotos uz ekrānu. Digitalizācija, ir vērts precizēt, ir process, kuru veic ne tikai uzņēmumi vai iestādes. Drīzāk tās ir izmaiņas veidā, kā cilvēki pārvalda visa veida informāciju, sākot no finanšu vai bankas līdz foto failiem, kas vairs netiek izdrukāti, lai ievietotu albumā. Tā vietā fotoattēli tagad parasti tiek saglabāti digitālā failā, un tos var augšupielādēt, piemēram, mākonī. Digitālos dokumentus ir vieglāk kopīgot. Piemēram, iedomāsimies, ka mēs veicam procedūru ar iestādi, kas atrodas citā pilsētā vai valstī. Pēc tam dokumentus var nosūtīt pa e-pastu, tūlīt ierodoties. Tas tā vietā, lai nosūtītu atbilstošos dokumentus, kas prasītu dienas vai nedēļas. Failu ir vieglāk atrast, kad tas atrodas ciparu nesējos, salīdzinot ar konkrētā dokumenta meklēšanu papīru kaudzē. Digitalizācija apkaro arī neformālo ekonomiku un valdības korupciju (economy-pedia.com, 2021).

Pāreja uz elektronisko vidi nav tik vienkārša un ātra, kā gribētos, jo nepietiek ar to vien, ka nopirkta, piemēram, kāda tam piemērota datorprogramma. Elektronizācija ietekmē daudzus, patiesībā, visus organizācijas procesus un struktūrvienības, tādēļ vispirms nepieciešams plašāks apskats. Piemēram, kā shēmā (skat. 1. attēlu) ar pieciem pārejas soļiem – pašiem atliek vien ar tiem iepazīties, shēmā ierakstīt datumus un ķerties pie darba.



1. att. Elektronizācijas shēma (Kalve, 2022)

Vispirms, plānojot uzņēmuma dokumentu un informācijas aprites elektronizāciju, jāsaprot, kā noformēt šo lēmumu. Vai tiešām nepieciešams vēl viens dokuments – lēmums? Kādēļ uz e-dokumentiem nevar pāriet ātri, vienkārši un no rītdienas? Lai veiksmīgi īstenotu elektronizāciju,

organizācijai jāpārdomā un jāpārveido vairāki procesi un ierastās darbības, jāizskaidro nepieciešamie jauninājumi darbiniekiem un viņi jāapmāca. Kā zināms, cilvēki īpaši negrib mainīt savus ieradumus, tādēļ arī pārejas shēmā pirmais solis ir organizācijas vadības lēmums par pāreju un tās neizbēgamību. Ikvienam jāzina, ka šāda pāreja notiks, tā būs obligāta un saistoša visiem, turklāt jāsaprot, ka šādas izmaiņas nav lietveža vai biroja vadītāja untums, par ko pārējiem nav nekādas daļas un kas neko nemaina viņu darbā. Mainīs gan! Veidu, kā noformēt šo lēmumu un paziņot par to darbiniekiem, jānosaka katrai organizācijai pašai, turklāt nepieciešama arī par elektronizāciju atbildīgā persona, jo pats no sevis nekas nenotiks. Nereti dzirdams: "Mēs jau esam gatavi šai pārejai, bet mūsu klienti vai sadarbības partneri gan ne, tādēļ vēl jāpagaida." Šo atrunu neņemsim vērā, jo viss būtiskais sākas ar pašiem, bet ārējā vide – klienti, piegādātāji vai citi sadarbības partneri – ir tikai pārejas ceturtais solis (Kalve, 2022).

Pētījuma metodoloģija

Pētījumā darba autores izmantoja šādas metodes: monogrāfisko metodi, datu savākšanas metodi, grafisko metodi, sintēzes metodi, loģiski-konstruktīvo metodi, induktīvo metodi un deduktīvo metodi. Ar induktīvās metodes palīdzību no atsevišķiem secinājumiem izdarīti vispārīgāki secinājumi, savukārt ar deduktīvās metodes palīdzību no vispārīgiem secinājumiem izdarīti konkrētāki atsevišķi secinājumi.

Pētījuma rezultāti

Darba autores uzskata, ka mazumtirdzniecības uzņēmumā SIA "X" nekavējoties ir jāuzsāk pārmaiņas elektronizācijas un digitalizācijas jomā. Tiek nelietderīgi noalgoti darbinieki, un netiek izmantots uzņēmuma potenciāls un fakts, ka tam nav līdzstāvoša konkurenta attiecīgajā pilsētā, kur atrodas vislielākais patstāvīgo klientu loks. Ir nepieciešams sekot līdzi tehnoloģijām un nepazaudēt uzticamos un ienesīgos klientus.

Skaidrs ir tas, ka šīs pārmaiņas never ieviest vienā dienā, tas var būt pat gadu jautājums, taču īstais laiks sākt ir tagad. Jāsāk ritināt kamoliņš, un procesi, ko nepieciešams automatizēt, vai digitalizēt, vai elektronizēt nāks paši no sevis, un aizvien vairāk varēs redzēt, kā uzlabojas visi uzņēmuma rezultāti. Lai to visu sāktu īstenot, ir nepieciešams stingrs plāns, pie kā turēties. Šobrīd ļoti daudz vietējo uzņēmumu ir izveidojuši dažādus risinājumus un rīkus, kas spētu palīdzēt noteikt visvājākos punktus un problēmas veiksmīgākai pārejai uz digitālo vidi, taču arī autores, pētījuma laikā, apzinot iespējas, ko piedāvā Latvijas tirgus, var sastādīt plānu, kā elektronizēt procesus uzņēmumā, lai gala rezultātā arī inventarizācijas var veikt elektroniski.

Pats pirmais solis ir pareizās noliktavas uzskaites programmas atrašana. Diemžēl, autorēm trūkst informācijas par to, kāda grāmatvedības uzskaites programma ir uzņēmumā šobrīd, bet iespējams ir nepieciešams mainīt esošo abonēšanas plānu, kas iekļauj arī noliktavas uzskaiti, vai arī nepieciešams mainīt grāmatvedības programmu. Šobrīd populārākās latviešu izstrādātās programmas, kas nodrošina šo pakalpojumu ir "Visma Horizon" un "Monea". Šīs programmas ieviešana ne tikai atvieglotu krājumu uzskaiti, bet arī norādītu uz to, kuras preces nepieciešams iepirkt, kuras pozīcijas nav ienesīgas un kādi ir klientu pirktākie produkti bez fiziskas skaitīšanas. Lai gan vislielākais ienesums ir no mazumtirdzniecības klientiem, šad tad kāds vēlas arī ko iegādāties vairumtirdzniecībā. Tas atvieglotu vairumtirdzniecības pārdevēja komunikāciju ar klientu, jo uzreiz būtu visa pieejamā informācija par atlikumiem, kā arī uzreiz būtu redzama iepirkuma cena un nebūtu vairs fiziski jāskaita esošās preces, kā arī vairs nebūtu jāmeklē senas pavadzīmes ar iepirkumu cenām. Lai arī cik šis risinājums neliktos ērts un viegls, tā ieviešana prasītu pamatīgu laiku, jo sākumā visi svītrkodi un preces, kā arī atlikumi būtu jāievada sistēmā, taču, tiklīdz tas tiktu veikts, arī ienākošās pavadzīmes būtu viegli reģistrēt un visi atlikumi automātiski atjaunoti. Šīs sistēmas arī atvieglotu cenu aprēķināšanu, jo formulu būt nepieciešams ievadīt tikai vienreiz un mazumtirdzniecības cenas tiktu aprēķinātas automātiski, un tas atvieglotu pārdevēja dzīvi, jo cenas vairs nebūtu jārēķina manuāli katrai pozīcijai pirms izlikšanas

tirdzniecības zālē. Kā vēl viens mīnuss ir darbinieku apmācīšana. Tas aizņem laiku, finanses un kāda vadītāja pacietības mēru. Nereti arī darbinieki baidās no jaunajām tehnoloģijām un jaunu sistēmu ieviešanas, jo viņus uztrauc, ka tas varētu ietekmēt viņu amatu un aizstāt viņus, un rezultātā viņi paliktu bez darba.

Svarīgs posms ir arī kases aparātu atjaunošana. Šobrīd uzņēmumā šie kases aparāti ir novecojuši un nav iespējams izsekot tam, kāda prece tieši ir pārdota. Atjaunojot kases aparātus, ir iespēja arī tos sasaistīt ar svītrkodu nolasītāju un ar automatizēto noliktavas sistēmu un uzreiz redzēt kādas preces tiek dienas laikā pārdotas.

Sekojot soli pa solim, šim visam nāk līdzi arī pārējo dokumentu, darījumu un citu procesu digitalizācija, bet šī pētījuma ietvaros tas dziļāk netiek apskatīts.

Tiklīdz ir pienācis inventarizācijas process, un ir automatizēta noliktava un kases aparātu sistēmas, jau daļu inventarizācijas var veikt elektroniski. Šī daļa ir krājumu uzskaite. Līdz šim uzņēmuma visos mazumtirdzniecības veikalos un noliktavās skaitīšanu veic manuāli, rakstot uz papīra. Šis process kopumā aizņem 3 dienas, no rīta līdz vakaram, un šajos procesos tiek iesaistīti visi iespējamie uzņēmuma cilvēkresursi. Nereti tiek piesaistīti arī praktikanti no vietējām izglītības iestādēm. Procesa laikā darbinieki tiek sadalīti pāros, viens sauc produktu, skaitu un cenu, otrs – pieraksta. Šajās dienās veikali ir slēgti un nav pieejami klientiem. Varētu likties, ka šī ir procesa smagākā daļa, taču tā nav. Pēc šī visa lielā notikuma paliek viens nabaga cilvēciņš, kam visas šīs sarakstītās lapas (aptuveni 120 A4 lapas) ir manuāli jāievada "Excel" tabulā un jāiesniedz grāmatvedei. Ņemot vērā šos milzīgos ieguldījumus, neviens no uzņēmuma inventarizāciju ar prieku negaida.

Var paskatīties uz šo pašu procesu no ideālā skatupunkta – aizmirstam papīra lapas un slēgtās dienas, viss jau ir elektronizēts. Ja tiktu īstenots noliktavas uzskaites un kases aparātu scenārijs, inventarizāciju varētu veikt daudz ātrāk un nesāpīgāk. Šobrīd atkal jāslavē mūsu Latvijas uzņēmēju gudrie prāti, jo ir izstrādāti risinājumi. Veicot tirgus analīzi un iespējas, ir četri iespējamie scenāriji šī procesa atvieglošanai. Pirmais – samazināt cilvēku iesaisti. Piesaistīt dažus cilvēkus, kuriem ir izprintētas lapas ar jau esošiem teorētiskiem atlikumiem, un šie cilvēki vienkārši veic fizisku pārbaudi. Sameklē tabulā svītrkodu attiecīgajai precei un pārbauda saskaitot, vai sistēmā redzamais atbilst dzīves realitātei. Otrais – iegādāties un lejupielādēt uzņēmuma ierīcēs Latvijā radītu inventarizācijas lietotni. Ar kameras palīdzību darbinieki noskenē svītrkodu, ievada daudzumu, cik šis produkts ir un sistēma vienkārši apkopo datus. Vēlāk iegūtos datus ievieto esošajā noliktavas uzskaites programmā, un tā automātiski parāda, kādas pozīcijas trūkst un cik. Nav nepieciešams slēgt ciet veikalu un nav nepieciešama visu cilvēkresursu iesaiste. Trešais scenārijs ir līdzīgs otrajam, tikai aplikācijas vietā ir īpaši skeneri, kas ir paredzēti tieši šim mērķim. Un, pēdējais, ceturtais scenārijs – nolīgt kompāniju, kas šo visu izdara uzņēmuma vietā ar īpaši tam apmācītiem darbiniekiem. Tie ierodas, veic visu noliktavu un veikalu uzskaiti un sniedz datus par esošajiem atlikumiem. Nav nepieciešams slēgt veikalu vai likt kādam no darbiniekiem pamest tiešos darba pienākumus inventarizācijas dēļ.

Kopumā arī šis process mazinātu iespējamo cilvēcisko kļūdu faktoru, un sniegtu vēl precīzākus datus par esošajiem atlikumiem un to vērtību. Būtu iespējams precīzāk apzināt ieguvumus vai zaudējumus.

Secinājumi

No papīriem pāriet uz elektronisko vidi var būt sarežģīti, laikietilpīgi un arī dārgi, bet tas ilgtermiņā nestu tikai rezultātus un ieguvumus. Lai uzņēmums pastāvētu, ir nepieciešams sekot līdzi laikam, un visa pasaule lēnām, bet virzās uz datu pārnešanu elektroniskajā vidē. To pierāda sniegto dotāciju apjoms uzņēmumiem no valsts tieši elektronizēšanai, kā arī šobrīd izstrādē ir likums par obligāto e-rēķinu ieviešanu no 2025. gada.

Inventarizācija ir, lielākoties, salīdzināšana par to, vai tas, kas ir uz papīra, ir atrodams arī reāli

dzīvē, un ar cilvēkresursu iesaisti ir lielāka iespējamība, ka dati var būt neprecīzi un nesniedz patieso informāciju par uzņēmuma stāvokli.

Pārejot uz elektronisko vidi, uzņēmums sper milzīgu soli ēnu ekonomikas apkarošanā un izslēdz arī faktoru, ka darbinieki var veikt negodprātīgas darbības.

Ne vienmēr elektroniskie dati var būt droši, un tehniskas kļūmes gadījumā veikala darbība un tirdzniecība var tikt paralizēta, vai arī dažādi hakeri var uzlauzt un nopludināt svarīgu informāciju, taču tie ir tikai daži mīnusi, un pāreja uz šo vidi nes vairāk ieguvumu nekā zaudējumu.

Procesu automatizācija aizstāj cilvēka fizisko darbu, un var aizstāt darbinieku pozīcijas un amatus ar tehnoloģijām, kas uzņēmumam ir tikai ieguvums.

Automatizējot noliktavas, arī pārvietot preces starp struktūrvienībām ar iekšējās kustības pavadzīmēm var daudz vieglāk, un vairs nav nepieciešams veidot un rakstīt pavadzīmes ar rokām, tas mazina kļūdu faktoru. Nozaudējot preci vai atrodot iztrūkumu, var izsekot kur, kad, kāpēc un cikos tā no kurienes uz kurieni ir nosūtīta un kurš par to ir atbildīgs.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. economy-pedia.com (2021). “Digitalizācija” [skatīts 17.11.2022.] Pieejams: https://lv.economy-pedia.com/11041145-digitization
2. ifinanses.lv (2021). “E-inventarizacija.lv – jauna un efektīvāka pieeja inventarizācijām” [skatīts: 27.10.2022.] Pieejams: https://ifinanses.lv/raksti/aktuali/svarigi/lv-e-inventarizacija-lv-jauna-un-efektivaka-pieeja-inventarizacijam/21219
3. itiesības.lv (2022). “Ar ko sākt lietvedības elektronizāciju?” [Skatīts: 17.11.2022.] Pieejams: https://itiesibas.lv/ru/statji/lietvediba/lietvediba/bizness-ar-ko-sakt-lietvedibas-elektronizaciju/22896
4. Mālderis, G. (2005) “Inventarizācijas” Rīga: Biznesa Augstskola “Turība”.
5. Ministru kabineta noteikumi Nr. 877 (2021). [skatīts: 23.10.2022.] Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/328707-gramatvedibas-kartosanas-noteikumi
6. Visma Latvia (2019). “Ikgadējā inventarizācija – kā izdarīt ātrāk”. [skatīts: 24.10.2022.] Pieejams: https://www.visma.lv/blogs/ikgadeja-inventarizacija/
7. Visma Latvia (2018) “Noliktavas uzskaites sistēma: kādēļ tā nepieciešama?” [skatīts: 24.10.2022.] Pieejams: https://www.visma.lv/blogs/noliktavas-uzskaites-sistema-kadel-ta-nepieciesama/

Raitis Kurpnieks. 2022. GADA NEKUSTAMO ĪPAŠUMU TIRGUS TENDENCES DZĪVOJAMO PLATĪBU SEGMENTĀ RĪGĀ

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība", e-pasts: raitiskurpnieks@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: nekustamo īpašumu cenas galvaspilsētā 2022. gadā turpina kāpt. Saskaņā ar "Arco Real Estate" datiem, periodā no 2021. gada sākuma līdz 2022. gada vidum, dzīvokļu cenas sērijveida namos paaugstinājušās par 21 %. 2022. gada pirmajos 4 mēnešos cenas šajā tirgus daļā pieauga vien par 8 %. Toties dzīvokļu cenas jaunajos projektos šajā laika posmā ir cēlušās par 18,8 %. Tirgus tendenču izpēte ir būtiska, lai palīdzētu orientēties un pieņemtu lēmumus īpašumu tirdzniecības darījumos gan pircējiem, gan pārdevējiem. Tāpat tas ir būtiski arī investoriem un attīstītājiem.

Pētījuma mērķis: izstrādāt secinājumus un priekšlikumus, kas potenciālajiem mājokļu pircējiem dotu izpratni par situāciju mājokļu tirgū, dzīvokļu segmentā un palīdzētu tiem apzināties savas iespējas un piedāvājumu tirgū.

Pētījuma metodes: datu analīze, kvantitatīvā pētījumu metode, loģiski-konstruktīvā metode

Sasniegtie rezultāti: pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā solī autors iegūst jau eksistējošus datus un pēta nozares publikācijas un ekspertu viedokļus. Otrajā solī autors atlasa pašus atbilstošākos datus un veido kopsavilkumu par cenām un piedāvājumu Rīgas mikrorajonos un Rīgas centrā. Pētnieciskā darba gaitā autors secina, ka pēdējā gada laika ir notikušas krasas cenu un piedāvājuma izmaiņas jauno projektu tirgus segmentā Rīgā, ko ietekmējuši tādi faktori kā iedzīvotāju ienākumu pieaugums, pircēju paradumu maiņa un straujā būvniecības izmaksu paaugstināšanās. Kā arī tiek pamanīts lielākais pieaugums sērijveida namos kopš 2008. gada finanšu krīzes. Noslēgumā autors izstrādā secinājumus, atsaucoties uz pētījumā veidoto datu kopsavilkumu.

Atslēgas vārdi: *nekustamie īpašumi, dzīvojamā platība, tirgus tendences.*

Ievads

Daļai Latvijas iedzīvotāju nekustamā īpašuma iegāde ir lielākais, vērtīgākais pirkums dzīvē, it sevišķi, ja tā ir vienīgā mājokļa iegāde jeb "jumts virs galvas". Mājoklis ir pamata nepieciešamība, bez kura nav iedomājama cilvēka cienīga pastāvēšana. Līdz ar to mājokļa iegāde ir līdzvērtīga pārtikas un apģērba iegādei nepieciešamības ziņā. Tomēr ne visi spēj atļauties iegādāties sev mājokli, jo daļai cilvēku ienākumi neatbilst tam, lai varētu iekrāt vai saņemt kredītiestādēs aizdevumu šādam pirkumam. Pastāv alternatīva mājokli nomāt, bet ilgtermiņā tas mēdz būt dārgāk un nepastāvīgāk, tāpēc liela daļa iedzīvotāju tik un tā meklē iespēju ar laiku iegādāties sev mājokli.

Augot dzīves līmenim, pieaug pieprasījums arī pēc moderniem, ērtiem mājokļiem, kas spēj nodrošināt visas ikdienas nepieciešamības un atbilst kvalitatīvam dzīves standartam. Padomju laikā būvētie sērijveida nami ir gan fiziski, gan morāli novecojuši un iedzīvotāji ar lielāku materiālo rocību meklē iespēju iegādāties dzīvokli tikko vai nesen būvētā namā vai pat izšķiras par labu privātmājai. Šajā pētījumā tomēr tiek apskatīts dzīvokļu tirgus Rīgā, jo privātmāju tirgus galvaspilsētā ir diezgan niecīgs, ja salīdzina ar Pierīgas rajoniem. Pamatā cenu un piedāvājuma trūkuma dēļ dzīve privātmājā nav saistoša, jo tas nozīmē papildu atbildību, izmaksas un, visticamāk, privātmāja atradīsies kādā nomaļā mikrorajonā, kur līdz tirdzniecības centriem un izklaides vietām ir tāls ceļš mērojams.

Dzīvojamā platība var kalpot ne tikai kā personīgais mājoklis, bet arī kā labs investīciju objekts. No šādiem investīciju objektiem var gūt peļņu tos izīrējot vai pārdodot, iepriekš tos renovējot un dodot tiem papildu pievienoto vērtību. Pēdējos gados arī pie mums Latvijā, vismaz Rīgā, attīstītāji iegādājas namus sliktā stāvoklī, renovē, pārveido tos ar nolūku, lai tajos varētu izīrēt vai pārdot dzīvokļa īpašumus, gūstot no tā peļņu. Tiek arī būvēti daudzdzīvokļu nami pamatā ar nolūku tos izīrēt. Rietumvalstīs īres namu būvniecība ir ierasta parādība, bet Latvijā, kopš pirmās brīvvalsts laikiem, šāda veida namu parādīšanās ir jaunums. Šāda veida biznesa attīstība veicina piedāvājuma pieaugumu, kvalitāti un cenu konkurētspēju, no kā patērētāji tikai un vienīgi iegūst.

Analītiskais apraksts

2022. gads pasaules ekonomikā ir bijis satricinājumu pilns. Vēl neatguvusies no Covid-19 vīrusa epidēmijas radītajiem zaudējumiem, tai kaitējumu radījis Krievijas barbariskais iebrukums Ukrainā, kā ietekmē ir palielinājušās izejvielu izmaksas un samazinājusies to pieejamība. Arī nekustamo īpašumu nozare tiek tādējādi ietekmēta, jo izejvielu sadārdzināšanās dēļ, sadārdzinājusies būvniecība un līdz ar to sadārdzinās pašu nekustamo īpašumu cenas – cenu pieauguma dēļ jauni projekti tiek atlikti, bet jau iesākti projekti nesīs zemāku peļņu, ja ne pat zaudējumus.

Pieaugošās inflācijas dēļ monetārās institūcijas ir nolēmušas celt procentu likmes, lai padarītu aizdevumus dārgākus un mazinātu vēlmi iedzīvotājiem tērēties, tādejādi slāpējot inflāciju. Līdz ar to arī hipotekārie kredīti, kurus iedzīvotāji pārsvarā ņem mājokļa iegādei, ir palikuši dārgāki, konkrēti, ikmēneša maksājumi. Latvijas Banka prognozē, ka 2023. gadā EURIBOR likmes varētu jau sasniegt 3 % gadā, bet tālāku pieaugumu neprognozē pie nosacījuma, ja pazīmes par inflācijas samazināšanos būs nepārprotamas. Samazinoties iedzīvotāju reālajiem ienākumiem, jo algu pieaugums netiek līdzi inflācijai, un rēķinoties ar recesijas iespējamību, bankas ir kļuvušas piesardzīgākas, izsniedzot hipotekāros kredītus klientiem, izsniegtās summas ir samazinājušās un ir pieaudzis arī kreditēšanas atteikumu skaits (All Media Latvia, *2022*). Līdz ar to tas arī samazina darījumu skaitu, jo pirktgribētāji nevar saņemt nepieciešamos līdzekļus mājokļa iegādei. Pieprasījums pēc dzīvokļiem jaunajos projektos, kur dzīvokļi ir stipri dārgāki nekā sērijveida namos (vadoties pēc "Arco Real Estate" tirgus analīzēm par 2022. gada trešo ceturksni un novembri, vidējā kvadrātmetra cena jaunā projekta namā var būt pat par 90 % augstāka nekā sērijveida namā), var arī samazināties, jo vienai daļai potenciālo pircēju bankas piešķirtu vien tādu finansējuma apjomu, ar kuru nebūtu pietiekami, lai nosegtu iegādes izmaksas dzīvoklim jaunajā projektā. Tik un tā tas nemazinātu situāciju pirmreizējā tirgū, ka pieprasījums izteikti pārsniedz piedāvājumu, jo paralēli pieprasījuma samazinājumam, samazinājies ir arī piedāvājums šajā segmentā (City24.lv, 2022). Vadoties pēc NĪ konsultāciju kompānijas "Collier" 2022. gada oktobrī veiktās datu izpētes, mājokļu piedāvājums jaunajos projektos vidējās klases segmentā ir samazinājies pat uz pusi, salīdzinot ar tā paša gada jūniju. Ja jūnijā piedāvājumā bija 280 pilnībā pabeigti dzīvokļi, tad jau oktobrī, kad tika veikta izpēte, tie jau bija vien 140 dzīvokļi. Konkrētais segments ir vairāk pieprasīts Latvijas vidusšķiras ģimeņu vidū.

Iepriekš pieminēto piedāvājuma samazinājumu jaunajos projektos var izskaidrot ar celtniecības apjomu samazinājumu, kas radies lielā būvniecības izmaksu sadārdzinājuma dēļ (Mediju nams, 2022). Secinot pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem, būvniecības izmaksu sadārdzinājumu periodā no 2020. līdz 2021. gada 1. ceturksnim pamatā veicināja darbaspēku izmaksu kāpums, bet sākot ar 2021. gada 2. ceturksni tās jau strauji kāpināja būvmateriālu cenu kāpums tandēmā ar celtniecības iekārtu cenu pieaugumu. Normālos apstākļos darbaspēka un būvmateriālu izmaksu pieaugums nebūtu nekas neparasts apstākļos, kad ekonomika pa īstam ir atdzīvojusies kopš 2008. gada finanšu krīzes un ir pieaugusi patērētāju un uzņēmēju maksātspēja, kas veicina būvniecības pieaugumu. Taču šoreiz celtniecības izejvielu un tehnoloģiju sadārdzināšanās pamatā ir saistāma ar Covid-19 vīrusa epidēmijas radītiem piegādes ķēžu pārrāvumiem un Krievijas militārā iebrukuma Ukrainā dēļ. Pēdējais apstāklis radīja nepieciešamību Eiropas Savienībai uzlikt sankcijas tādām no Krievijas importētām būvniecības izejvielām kā tēraudam, koksnei,

bitumenam, varam, alumīnijam u.c. Tā rezultātā izteikti samazinājās piedāvājums būvniecības izejvielām, kas vēl vairāk sadārdzināja būvmateriālu cenas un ne tikai – lielākiem projektiem varēja pat īslaicīgi aptrūkties būvmateriāli. Nedaudz pozitīvi ir tas, ka pasaules tirgos ir vērojams straujš tērauda cenu samazinājums un arī koksnes cenu samazinājums. Ar laiku tas labvēlīgi var ietekmēt procesus arī Latvijā un attiecīgi arī jaunu dzīvojamo namu būvniecību.

Padomju periodā būvēto sērijveida namu tirgū ir vērojama samērā pretrunīga situācija. Tā kā iegādāties mājokli jaunajā projektā paliek arvien grūtāk dažādu apstākļu dēļ, daudzi apsver iespēju iegādāties sev mājokli kādā sērijveida namā otrreizējā tirgū. No otras puses, daļa iedzīvotāju mēģina tomēr mainīt savu mājokli sērijveida namā uz mājokli kādā daudz energoefektīvākā namā, kur komunālo maksājumu izmaksas būs stipri zemākas nekā sērijveida namos, kas lielākoties Rīgā nav renovēti un nav energoefektīvi. Līdz ar kolosālu apkures izmaksu pieaugumu, daudzi īpašnieki, kuriem ir kāds lieks un neizmantots dzīvokļa īpašums sērijveida namā, mēģina to steidzīgi izīrēt vai pārdot. Pēc bankas "Luminor" aplēsēm, tirdzniecības piedāvājums sērijveida namos Rīgā, 2022. gadā ir audzis par 83 % divistabu dzīvokļiem, bet vienistabu un trīsistabu dzīvokļiem par aptuveni 60 %. Tas ir arī bremzējis cenu pieaugumu sērijveida namos vai pat veicinājis to cenu kritumu. Daļa pārdevēju rēķinās arī ar faktu, ka īpašuma vērtība sērijveida namos laika gaitā tomēr samazināsies, jo šo namu ekspluatācijas termiņš drīz pavisam iztecēs (lielākajai daļai 50.–70.gados būvēto namu jau ir iztecējis), tehniskais stāvoklis pasliktināsies un tā dēļ samazināsies pieprasījums. Renovētiem sērijveida namiem, turpretī, vērtība saglabāsies līdz ar ekspluatācijas termiņa paildzinājumu.

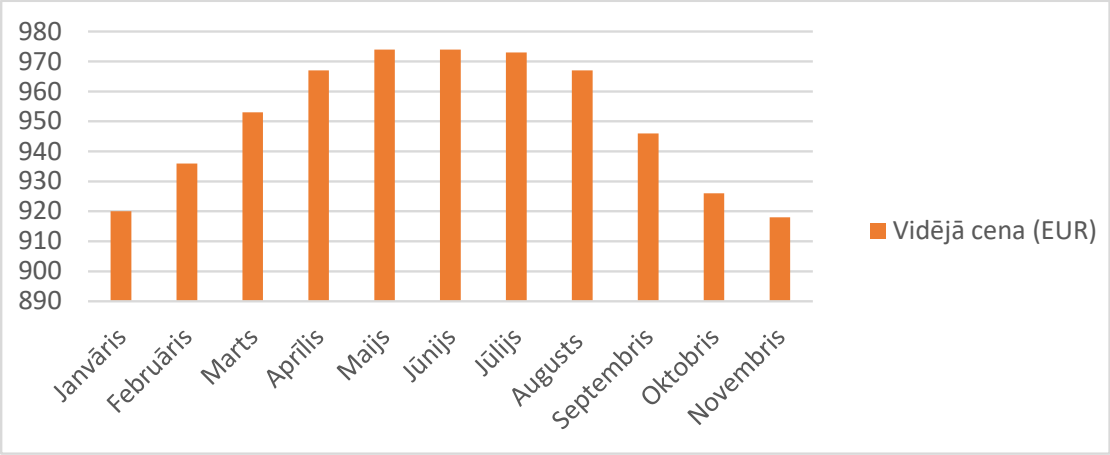
Pētījuma metodoloģija

Pētījums tika veikts pēc sekundāri kvantitatīvās pētījumu metodes, kas paredz jau ievāktu datu atlasīšanu un analīzi. Šie dati tika gūti no dažādu nekustamo īpašumu nozares kompāniju veiktajām pētījumu publikācijām šo kompāniju mājaslapās. Tika ņemti vērā arī nekustamo īpašuma nozares speciālistu un lielāko komercbanku kreditēšanas speciālistu viedokļi ziņu portālos – to tematiskajās sadaļās. Paralēli tika pētīti nekustamo īpašumu tirdzniecības sludinājumi lielākajos sludinājumu portālos. Dati nereti tika attēloti grafiskā veidā un tabulās, lai tie ērtāk būtu pārskatāmi, piemēram, ja nepieciešams salīdzināt īpašumu vidējās cenas dažādos Rīgas mikrorajonos.

Pēc visu datu un nozares speciālistu viedokļu analīzes, izmantojot loģiski-konstruktīvo metodi, tika veidoti secinājumi par mājokļu tirgus aktualitātēm Rīgā 2022. gadā.

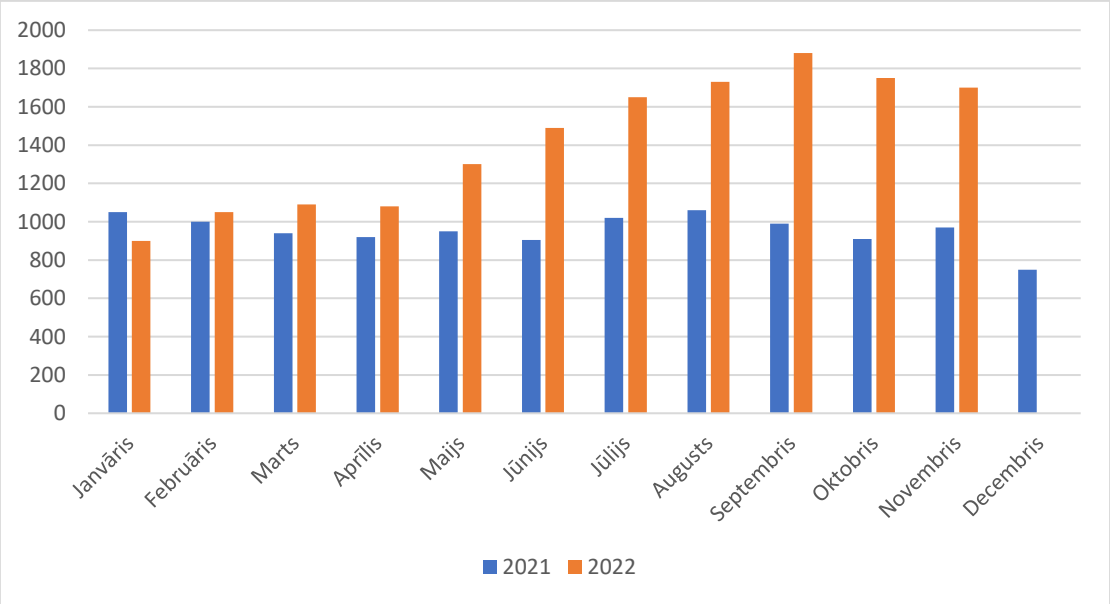
Pētījuma rezultāti

Autors izmantoja datus no "Arco Real Estate tirgus" izpētes publikācijām, kas pieejami iepriekšminētā resursa mājaslapā. 2022. gada novembra apskats sniedz ieskatu par cenu un darījumu dinamiku jau par visiem gada iepriekšējiem mēnešiem, tāpēc var apgalvot, ka tas atspoguļo tirgus situāciju par gadu kopumā.



1. att. Cena par kvadrātmetru sērijveida dzīvoklī, Rīgas lielākajos mikrorajonos 2022. gadā (Avots: Arco Real Estate)

Pirmajā attēlā var redzēt cenu izmaiņas konkrēti sērijveida namu dzīvokļos. Šeit ir aprēķināta vidējā cena par kvadrātmetru Rīgas lielākajos mikrorajonos kopumā. Cena par kvadrātmetru var atšķirties par līdzvērtīgā stāvoklī esošu dzīvokli pamatā konkrēta mikrorajona vai istabu skaita dzīvoklī dēļ. Piemēram, kvadrātmetrs vienistabas dzīvoklī būs dārgāks nekā trīsistabu dzīvoklī, bet dzīvokļa cena kvadrātmetrā Teikā būs par vidēji 58 % augstāka nekā Bolderājā (2022. novembrī). 2022. gada novembrī vidējā cena par kvadrātmetru bija 918 eiro, kas bija mazāk nekā tā paša gada janvārī (Arco Real Estate, 2022).

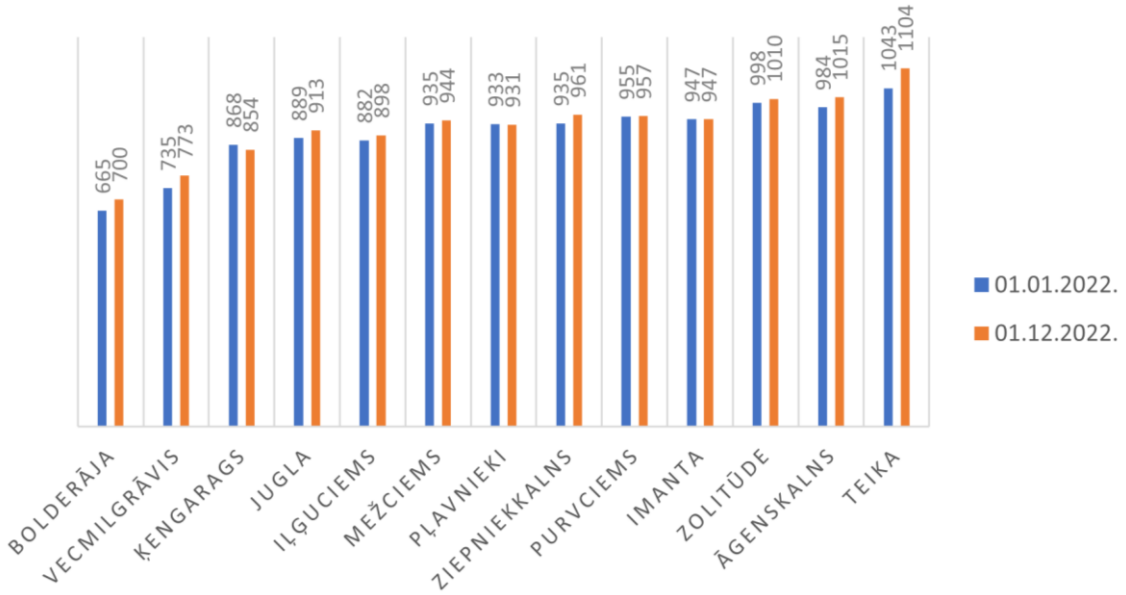


2. att. Piedāvājums sērijveida namu dzīvokļu segmentā Rīgā lielākajos mikrorajonos: 2021. un 2022. gads (Avots: Arco Real Estate)

Otrajā attēlā redzams sērijveida nama dzīvokļu piedāvājums 2021. un 2022. gadā. 2021. gadā tas ir bijis ļoti stabils, izmaiņas saskatot vien 100 dzīvokļu amplitūdā. Vienīgi 2021. gada decembris ir izcēlies ar piedāvājuma samazinājumu, noslīdot zem 800 dzīvokļu atzīmes. Piedāvājums 2022. gada sākumā ir bijis zemāks nekā 2021. gada sākumā, bet krasi palielinājies sākot ar maija mēnesi, sasniedzot augstāko atzīmi septembrī. Ar oktobri sākās piedāvājuma samazināšanās (tīri

sezonāla rakstura, acīmredzot), bet tik un tā tas ir bijis par 73 % augstāks nekā tajā pašā periodā pirms gada. Lielo pieaugumu dzīvokļu piedāvājumā sērijveida namos var izskaidrot ar dažiem iemesliem:

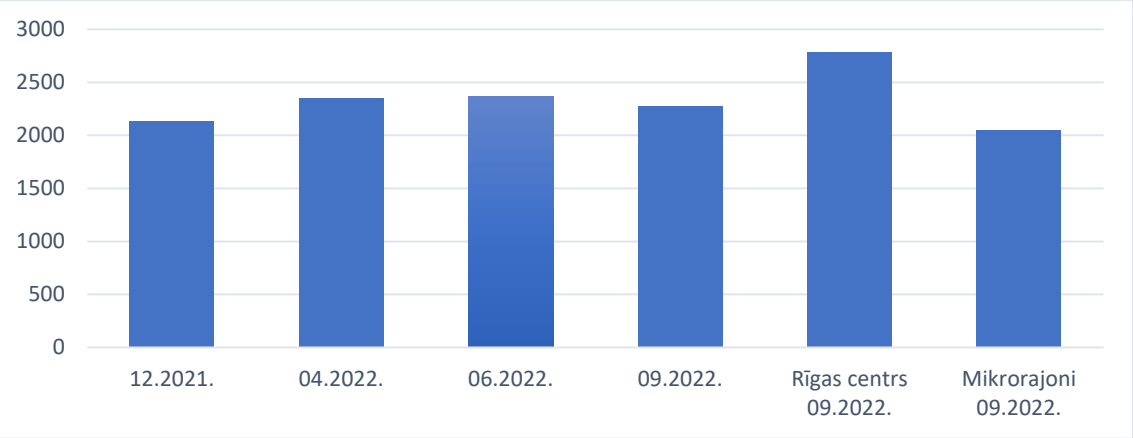
1. Karadarbība Ukrainā – var redzēt, ka lielais piedāvājuma pieaugums sācies vien dažas nedēļas pēc karadarbības sākuma Ukrainā. Iespējams, ka daudzi (lielākoties tie, kur Latvijā dzīvo vien daļēji) baidoties par līdzīgu notikumu attīstību arī Latvijā, pārdevuši savus dzīvokļa īpašumus, lai no tiem gūtu maksimālu labumu;
2. Īpašnieki, kuri pārsvarā neapdzīvo/neizmanto savus īpašumā esošos dzīvokļus sērijveida namos, bet nevēlas tos arī izīrēt, mēģinājuši šos dzīvokļus pārdot, lai apkures sezonās nenāktos maksāt īpaši augstos komunālo pakalpojumu rēķinus. (Nekustamo īpašumu kompānijas "Latio" pētījums, 2021. gadā, secināja to, ka 16 % dzīvokļa īpašumu Rīgā nav apdzīvoti, tostarp, daudzi dzīvokļi sērijveida namos);
3. Lai gan ekonomiskā situācija ir sarežģījusies, daudzi joprojām ir optimistiski un pietiekami turīgi, lai mainītu savu veco dzīvokli sērijveida dzīvojamā namā uz kādu dzīvokli jaunajā projektā vai privātmājā. Daudzi vienkārši pārdod savus vecos dzīvokļus sērijveida namos, jo ir tikuši pie jauna mājokļa citur;
4. Samazinājies pieprasījums pēc dzīvokļiem sērijveida namos, jo liela daļa šī brīža mājokļa pircēju ir gados jauni cilvēki ar salīdzinoši augstiem ienākumiem. Viņiem nav vēlmes dzīvot morāli un fiziski novecojušos, padomju laikā būvētos, namos un var atļauties iegādāties modernu un šim laikam atbilstošu mājokli jaunajā projektā vai renovētā namā.



3. att. Vidējā cena par kvadrātmetru sērijveida dzīvoklī Rīgas mikrorajonos (Avots: Arco Real Estate)

Skatot vidējo cenu par kvadrātmetru sērijveida dzīvoklī, katrā mikrorajonā atsevišķi, tad var redzēt ļoti lielu cenas atšķirību starp lētākajiem un dārgākajiem mikrorajoniem (skat. 3. att.). Ja kvadrātmetra cena Bolderājā un Vecmīlgrāvī nesasniedz pat 800 eiro robežu, tad Zolitūdē un Āgenskalnā tie jau 2022.gada nogalē ir pārkāpusi 1000 eiro slieksni, bet Teikā (kas jau tradicionāli skaitās dārgs mikrorajons) jau vispār sasniegusi 1100 eiro par kvadrātmetru atzīmi. Ķengarags 2022. gadu ir noslēdzis ar 854 eiro atzīmi, bet pārējie mikrorajoni (Jugla, Iļģuciems, Mežciems, Pļavnieki, Ziepniekkalns, Purvciems un Imanta) stabili iekļaujas 900–1000 eiro par kvadrātmetru robežās. Vislielākais cenu pieaugums novērojams Teikā, Bolderājā un Vecmīlgrāvī (5 %), bet neliels cenu samazinājums novērojams vien Ķengaraga un Pļavnieku apkaimēs. Pārējos

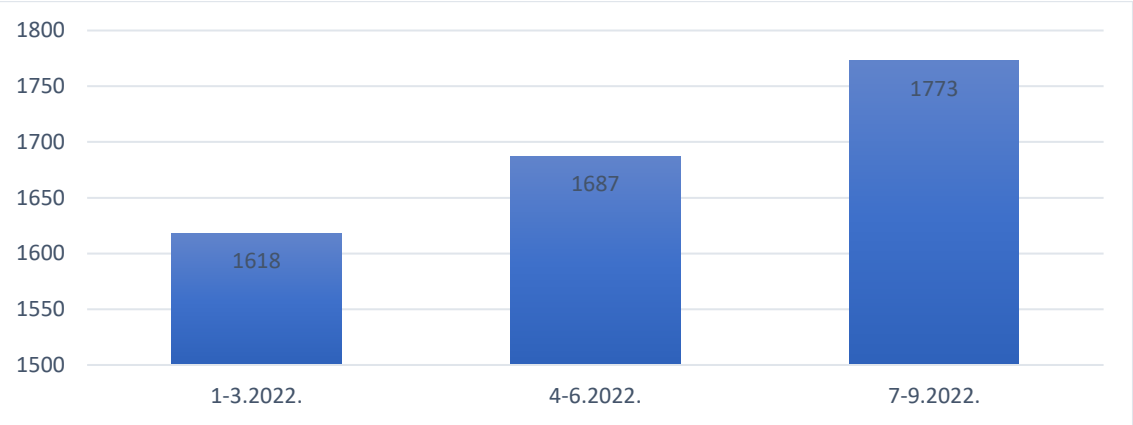
mikrorajonos ir novērojams cenu pieaugums 1–3 % apmērā, bet Imantā vidējā cena par kvadrātmetru, 2022. gadā, absolūti nav mainījusies.



4. att. Piedāvājuma vidējā cena par kvadrātmetru dzīvoklī "Jaunajā projektā" Rīgā (Avots: Arco Real Estate)

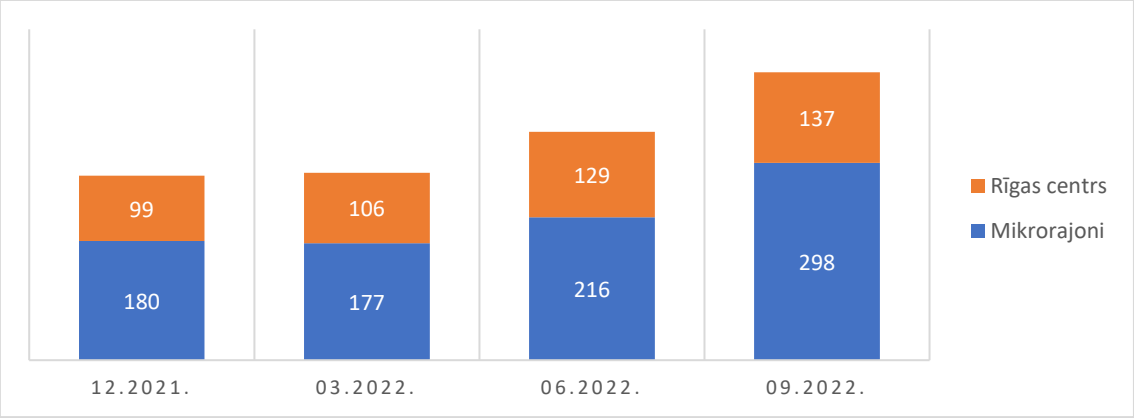
Vidējā cena par kvadrātmetru dzīvoklī jaunajā projektā ir strauji cēlusies 2022. gada pirmajā pusē, bet ar rudeni sākusi kristies. 2022. gada septembrī vidējā kvadrātmetra cena bija 2279 EUR. Tā kā šobrīd nav pieejami dati par 2022. gada pēdējo ceturksni, tad izteikt pilnīgu secinājumu par cenām jaunajos projektos 2022. gadā nebūs iespējams. Pēc "Arco Real Estate" vērtēšanas nodaļas vadītāja Māra Laukalēja sacītā var paredzēt, ka cenu kritums jaunajos namos var arī nepazemināties, jo šis tirgus segments attīstās gausi, bet pieprasījums ir nemainīgi augsts. Cenu pieauguma temps, visdrīzāk, var tikai palēnināties. Autora prognoze: "ir iespējams cenu pieaugums līdz 3 % robežai gada perspektīvā, bet ne ar tik straujiem kāpumiem kā 2022. gada sākumā, kad pirmajā pusgadā vidējā cena jaunajā projektā pacēlās par 10 % kvadrātmetrā."

Attēla labajā malā var arī redzēt lielo cenu atšķirību starp jaunajiem projektiem Rīgas centrā un mikrorajonos. Rīgas centrā cena par kvadrātmetru var būt pat par 36 % augstāka nekā mikrorajonos (2785 EUR centrā un 2046 EUR mikrorajonos). Tas varētu būt izskaidrojams ar to, ka Rīgas centrā jaunu namu uzbūvēt ir dārgāk, jo apbūves zeme vien ir daudz dārgāka nekā parējās Rīgas apkaimēs.



5. att. Darījumu vidējā cena par kvadrātmetru dzīvoklī "Jaunajā projektā" Rīgas mikrorajonos (Avots: Arco Real Estate)

Piektajā attēlā var redzēt cenas, par kurām pircēji iegādājas dzīvokļus jaunajos projektos Rīgas mikrorajonos. Cenas ir attēlotas par pirmajiem trīs ceturkšņiem 2022. gadā. Var redzēt, ka periodā no janvāra līdz septembrim vidējā cena par kvadrātmetru ir paaugstinājusies par 9,5 %. Autors secina, ka darījumu un piedāvājuma cenas pieauguma temps ir aptuveni vienāds šajā periodā. Cenu pieauguma temps "jaunā projekta" dzīvokļiem mikrorajonos ir straujš, ja salīdzina ar tieši šo pašu periodu 2021. gadā, kad tas sasniedza vien 3,8 %, bet 2021. gadā kopumā – tikai 3 %.



6. att. Pārdošanā pieejamais (piedāvājums) dzīvokļu skaits Jaunā projekta namos Rīgas centrā un mikrorajonos, 2022. gads (Avots: Arco Real Estate)

Piedāvājumā ir saskatāma pozitīva tendence noslēdzoties 3. ceturksnim, jo sevišķi mikrorajonos, kur piedāvājums, salīdzinot ar 2. ceturksni, ir pieaudzis par 38 % (skat. 6. att.). Tas varētu būt iemesls, kāpēc 3. ceturksnī vidējā cena par kvadrātmetru ir kritusies par 3,5 %, salīdzinot ar 2. ceturksni. Tomēr, vadoties pēc nozares ekspertu viedokļiem, šāda veida piedāvājuma pieaugumiem nevajadzētu atstāt iespaidu uz cenu ilgtermiņā, pie nosacījuma, ja pieprasījums paliks esošajā līmenī.

Teju piektajā daļā no visu darījumu kopskaita (18 %) Jaunajos projektos, darījumu objektu cena par kvadrātmetru svārstījusies amplitūdā no 1800 līdz 2000 EUR. Šāda kvadrātmetra cena atbilst 3–4 istabu dzīvoklim Jaunajā projektā otrreizējā tirgū ("vecajam jaunajam projektam"). 28 % darījumu (11+9+8) cena par kvadrātmetru ir pārsniegusi 2000 EUR/m^2 robežu. Šāda cena parasti mēdz būt "Premium" klases Jaunajos projektos vai arī jau tikko celtos namos. 24 % darījumu objektu cena EUR/m^2 ir sastādījusi 1400–1600 un 1600–1800 EUR. Šāda cena atbilst jau "vecam" jaunajam projektam, kas būvēts jau 2000. gadu sākumā. 30 % darījumu objektu jaunajos projektos cenas bija pat zem 1400 EUR/m^2, kas jau vairāk atbilst cenām sērijveida namos. Tik zema cena pārsvarā mēdz būt lielas platības objektos (virs 120 kvadrātmetriem) – mansarda vai pirmo stāvu dzīvokļi ar izbūvētu terasi, kas bieži vien aizņem lielu daļu dzīvokļa platības. Redzams, ka ir vienmērīga aktivitāte dažādos jauno projektu segmentos.

Pēc objekta vērtības ņemot, var secināt, ka absolūti lielākā daļa darījumu jaunajos projektos svārstās 50–150 tūkstošu EUR robežās. Nepilnu simts (90) darījumu vērtība ir bijusi zem 50 tūkstošu atzīmes, bet 78 darījumi ir bijuši cenas robežās no 150 līdz 200 tūkstošiem EUR. Darījumi virs 200 tūkstošiem EUR, kopā ņemot pārējās cenu amplitūdas šajā vērtībā, ir bijuši mazāk nekā amplitūdā no 150 līdz 200 tūkstošiem EUR. Pārsvarā to objekti ir bijuši dzīvokļi tieši Rīgas centrā, kur ir arī augstākās izmaksas par dzīvokļa kvadrātmetru.

Aptuveni puse darījumu objektu jaunajos projektos Rīgā bijuši 50–85 kvadrātmetru platībā. Pēc platības var secināt, ka tie ir plašāki 2 istabu dzīvokļi un 3 istabu dzīvokļi. Trešdaļa jauno projektu īpašumu, kas tika pārdoti, bijuši 35–50 kvadrātmetru platībā, kas atbilst normālam 2 istabu dzīvoklim. Ļoti līdzīgā proporcijā (desmitā daļa katrā sektorā) ir objektu platības zem 35 un virs 85 kvadrātmetriem. Kopā ņemot, tā ir nepilna piektā daļa no visiem darījumiem.

Pēdējais, ko autors piedāvā apskatīt, ir salīdzinājums piedāvājumā jaunajos projektos starp Rīgas kreiso un labo krastu. Vērā tiek ņemti tikai tie mikrorajoni, kuros vispār ir piedāvājumi jaunajos projektos, jo vairākos Rīgas mikrorajonos piedāvājumi jaunajos projektos netika konstatēti. Piedāvājums tika apskatīts 2022. gada oktobrī.

Kreisajā krastā līderis bija Āgenskalns ar 35 dzīvokļiem jeb 38 % no visiem objektiem kreisajā krastā. Otro vietu ieņem Imanta ar 26 dzīvokļiem, kas veido aptuveni 28 % no visa piedāvājuma kreisajā krastā. Pēc tam seko Zolitūde un Ziepniekkalns, kuru kopējais piedāvājums aptuveni atbilst tam, kāds ir Āgenskalnā vien. Vienu dzīvokli varēja atrast arī Iļģuciemā. Šajā mikrorajonā tikpat kā nav piedāvājuma, jo konkrētā gada sākumā nebija neviena dzīvokļa jaunajā projektā, kas tiktu izlikts šajā mikrorajonā.

Labajā krastā lielākais piedāvājums jaunajos projektos bija Purvciema, Mežciema un Pļavnieku mikrorajonos. Pēc tam sekoja Jugla, Teika un Čiekurkalns. Sešus dzīvokļus bija iespējams iegādāties arī Ķengaragā. Mežaparkā nebija neviena dzīvokļa īpašuma jaunajos projektos, ko bija iespējams iegādāties, bet drīzumā tas varētu mainīties, jo 2023. gada pavasarī un rudenī tiks pabeigtas MOHO parka abas ēkas (Mirdzas Ķempes ielā). Uz 2023. gada janvāri jau ir iztirgoti teju visi dzīvokļa īpašumi A ēkā, bet B ēkā vēl ir iespējams izvēlēties 2–3 istabu dzīvokļus cenās no 100 līdz 280 tūkstošu EUR vērtībā. Vecmīlgrāvī un Sarkandaugavā piedāvājumi uz doto brīdi netika konstatēti.

Secinājumi

Būvniecības izmaksu sadārdzināšanās ir atstājusi ietekmi cenu pieaugumam dzīvokļiem jaunajos projektos, kā arī ir veicinājusi piedāvājuma samazinājumu jauno projektu daudzdzīvokļu namos, jo vairāki projekti netiek īstenoti vai tiek atlikti tieši šāda iemesla dēļ – investoriem nav vēlmes zaudēt savu naudu. Patērētāju vidū optimisms un pirktspēja nav sevišķi mazinājusies, jo pieprasījums pēc dzīvokļiem jaunajos projektos vēl joprojām saglabājas augsts. Cenas jaunajos projektos joprojām palielinās, tostarp arī "vecajos" jaunajos projektos. Piedāvājums, jaunu namu būvniecības sabremzēšanās dēļ, kopumā ir samazinājies, tomēr gada otrajā pusē ir vērojams neliels pieaugums. Pirktgribētājiem ir jārēķinās, ka "uz sitienu" nopirkt dzīvokli jaunajā projektā, pirmreizējā tirgū, ir teju neiespējami, jo tie tiek iztirgoti jau būvniecības stadijā. Lielāka iespēja ātri iegādāties dzīvokli jaunajā projektā ir meklējot to sekundārajā tirgū. Cena arī būs zemāka – zem 2000 EUR kvadrātmetrā par dzīvokli budžeta jeb "trend" klasē. "Premium" un "luksus" klases dzīvoklis jaunajā projektā tik un tā būs dārgāks.

Pircēji ar mazāku materiālu rocību būs veiksmīgāki, ja mēģinās iegādāties dzīvokli kādā sērijveida namā. Piedāvājums šajā segmentā saglabājas augsts un ir iespēja iegādāties labu mājokli par pieejamo cenu kādā no šiem namiem. Piemēram, plašu 4 istabu dzīvokli ar salīdzinoši nesen veiktu kvalitatīvu remontu 119. sērijas namā (būvēti 1980. gados) var iegādāties par 90 tūkstošiem EUR kādā no lielākajiem Rīgas mikrorajoniem. Kvalitātes ziņā šāds nams neatpaliek no jaunā projekta nama, kas būvēts "treknajos gados", bet būs krietni modernāks par sērijveida namiem citos tā laika projektos, kas būvēti 50. – 70. gados. Pēdējie sērijveida nami, kas tika būvēti 80. gados un 90. gadu sākumā, būs ilgtspējīgs mājokļa risinājums, ja nav iespēja iegādāties dzīvokli jaunajā projektā.

Ja tomēr ir vēlme iegādāties mājokli, bet ir pārāk pesimistisks noskaņojums izšķirties līdz galam par šādu soli, tad var nogaidīt ar nolūku sagaidīt brīdi, kad tirgus satricinājumi norimsies. Tomēr eksperti neparedz cenu samazinājumu, vienīgais, var mēģināt sagaidīt piedāvājuma pieaugumu, kad samazinoties būvniecības izmaksām, tiks īstenoti arvien vairāk jaunu projektu. Pastāv iespēja, ka, pārvarot inflāciju, samazināsies arī procentu likmes aizdevumiem. Tad arī kredītiestādes būs optimistiskāk noskaņotas izsniegt lielākus aizdevumus topošajiem pircējiem. Ja nav nepieciešamības nekavējoties iegādāties mājokli, tad to droši var nedarīt, jo šobrīd īres maksa nereti būs zemāka nekā hipotekārā kredīta ikmēneša maksājums. Tas ir tāpēc, ka aizdevumi ir palikuši dārgāki, bet īpašnieki ir ar mieru izīrēt savus liekos dzīvokļa īpašumus lētāk, lai

nevajadzētu maksāt dārgās apkures izmaksas aukstajos gadalaikos.

Nepieciešams apdomāt, vai ir nepieciešams iegādāties īpašumu sliktā stāvoklī, ar nolūku to kapitāli remontēt. Jebkāda veida būvdarbi ir palikuši dārgāki, tostarp esošu objektu remontēšana. Tagad pastāv iespēja samaksāt vairāk, pērkot mājokli sliktā stāvoklī un kapitāli remontējot, nekā nopirkt mājokli labā stāvoklī, kur ieguldījumi nav nepieciešami vai ir nelieli.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. All Media Latvia (2022). EURIBOR celšana vēl nav radījusi problēmas spējā apmaksāt kredītus [Skatīts 28.12.2022.]. Pieejams: https://zinas.tv3.lv/ekonomika/euribor-celsana-vel-nav-radijusi-problemas-speja-apmaksat-kreditus/
2. Arco Real Estate (2022). Rīgas jauno projektu tirgus pārskats 2022. gada 3. ceturksnī [Skatīts 28.12.2022.]. Pieejams: https://www.arcoreal.lv/lv/zinas/2022/rigas-jauno-projektu-tirgus-parskats-2022-gada-3-ceturksni-1780/
3. Arco Real Estate (2022). Rīgas jauno projektu tirgus pārskats 2022. gada 3. ceturksnī. [Skatīts 28.12.2022.]. Pieejams: jauno_projektu_tirgus_parskats_Riga_3.cet_2022.pdf (arcoreal.lv)
4. Arco Real Estate (2022). Rīgas mikrorajonu sērijveida dzīvokļu tirgus pārskats [Skatīts 28.12.2022.]. Pieejams: https://www.arcoreal.lv/lv/zinas/2022/rigas-mikrorajonu-serijveida-dzivoklu-tirgus-parskats--novembris-1792/
5. Arco Real Estate (2022). Sērijveida dzīvokļu tirgus pārskats. [Skatīts 28.12.2022.]. Pieejams: serijveida_dzivoklu_tirgus_parskats_Riga_11.2022.pdf (arcoreal.lv)
6. City24.lv (2022). Cenas jaunajos projektos aug pa mēnešiem; jaunu dzīvokļu piedāvājums šobrīd rekordzems. [Skatīts 28.12.2022.]. Pieejams: https://www.city24.lv/real-estate-news-story/17435/cenas-jaunajos-projektos-aug-pa-menesiem-jaunu-dzivoklu-piedavajums-sobrid-rekordzems
7. Dienas Bizness (2023). Kredītu sadārdzinājuma šoks neapstādina mājokļu tirgu. Elektroniskais resurss [Skatīts 28.12.2022.]. Pieejams: https://www.db.lv/zinas/kreditu-sadardzinajuma-soks-neapstadina-majoklu-tirgu-510227
8. Mediju nams (2022). Būvniecības apjomi sarūk, bet būvēšanas izmaksas joprojām pieaug. [Skatīts 28.12.2022.]. Pieejams: https://neatkariga.nra.lv/ekonomika/396661-buvniecibas-apjomi-saruk-bet-buvesanas-izmaksas-joprojam-pieaug

Aivija Kļava. IEKŠĒJAS VIDES PILNVEIDE ATKRITUMU APSAIMNIEKOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība", e-pasts: aivijaklava@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: iekšējās vides un motivācijas pilnveide balstoties uz uzņēmumā nodarbināto sniegto informāciju, sakarā ar to, ka uzņēmums darbojas uz pašvaldību iepirkumiem noteiktā reģionā un laika posmā, darba aizsardzības likuma ievērošana. Padziļināti tiks pētīta labbūtība (*wellbeing*).

Pētījuma mērķis: izstrādāt priekšlikumus labbūtības veicināšanai pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: kvantitatīvā metode, kvalitatīvā metode, statistikas metode, grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autore pēta darbinieku motivāciju darba vietā. Otrā daļā tiek pētīts darbinieku viedoklis par uzņēmuma iekšējā darba vidē pozitīvo un tiek izvērtēti ieteikumi, kas uzņēmumā būtu jāuzlabo, lai darbinieki būtu motivēti un justos labi. Trešajā daļā darba autore apkopo darbinieku sniegto informāciju par uzņēmuma iekšējo darba vidi. Darba noslēgumā tiek izstrādāti priekšlikumi labbūtības pilnveidei.

Atslēgas vārdi: *labbūtība, darba drošība, darbinieku motivēšana.*

Ievads

Darba autore pētāmajā uzņēmumā strādā 6 gadus klientu un līgumu apkalpošanas speciālistes amatā sadzīves atkritumu apsaimniekošanas uzņēmumā, bet ir arī loģistikas darbu vadītāja aizvietotāja, kur tiešā veidā ir saskarsmē ar darbiniekiem, kas veic sadzīves atkritumu izvešanas pakalpojumu klientiem. Autore, aizvietojot loģistikas darbu vadītāju, ir novērojusi darbinieku izteikti negatīvo attieksmi pret uzņēmuma vadību un neapmierinātību uzņēmuma attieksmē pret darbiniekiem. Darbinieku motivācija un labbūtībā uzņēmumā ir ļoti būtisks faktors, jo tad uzņēmums nespēs veikt pakalpojumu, par ko ir noslēgts līgums ar pašvaldībām, ja darbinieki patstāvīgi izbeigs darba attiecības un personāla mainība būs regulāra, kas nenāk par labu uzņēmuma darbībai, neatkarīgi no tā, kādā nozarē tas darbojas.

Uzņēmums "X" ir dibināts 2016. gadā, lai piedalītos pašvaldību izsludinātā iepirkumā par sadzīves atkritumu apsaimniekošanas pakalpojumu noteiktā reģionā. Noslēgtais līgums ar pašvaldībām bija uz 7 gadiem, līgumā norādītais iepirkuma beigu datums ir 2023. gada 6. septembris.

Darba autore izvēlējās tematu – **labbūtības uzlabošana pētāmajā uzņēmumā,** jo autore ir loģistikas darbu vadītāja aizvietotāja un ir novērojusi darbinieku neapmierinātību un iespējamu demotivāciju veikt darba pienākumus.

Darba mērķis ir izstrādāt priekšlikumus labbūtības uzlabošanai sadzīves atkritumu apsaimniekošanas uzņēmumā "X".

Lai sasniegtu mērķi, darba autore nosaka šādus uzdevumus:

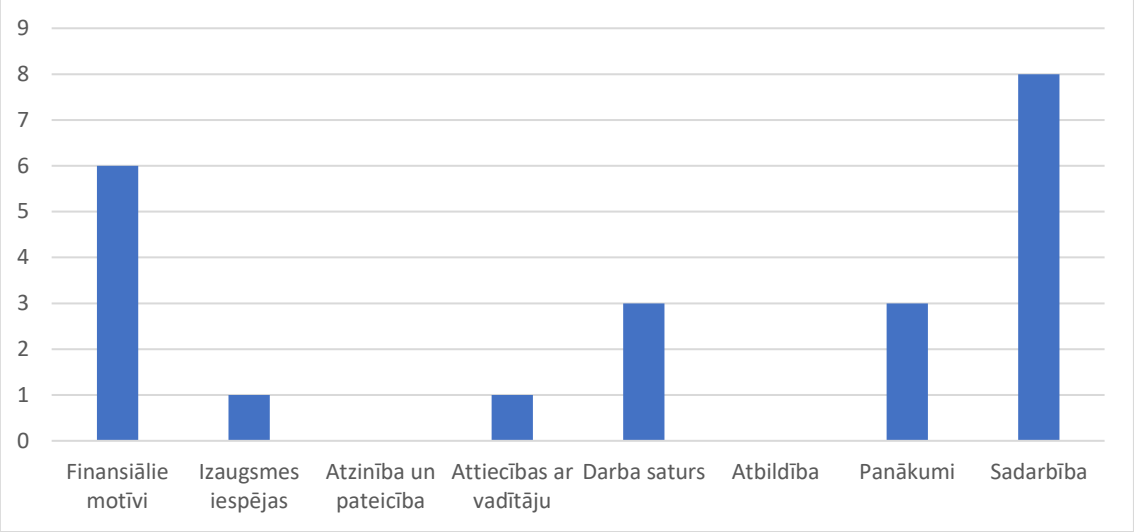
1. Noteikt, kādi ir darbinieku motivācijas iemesli darba vietā;
2. Darbinieku vērtējums par darba vidi un drošību uzņēmumā "X";
3. Izstrādāt uzņēmuma "X" labbūtību veicinošus pasākumus.

Motivācijas noteikšana

Uzņēmumā "X" ir 12 darbinieki, kas veic faktisko pakalpojumu – sadzīves atkritumu izvešanu. No šiem darbiniekiem ir izveidotas 6 ekipāžas, kas pastāvīgi strādā kopā. Lai izprastu darbinieku motīvus, darba autore izdalīja testus darba motivācijas izvērtēšanai, jo pēc motivācijas var spriest par to, uz ko cilvēks ir tendēts un kā ar viņu ir jārunā, un kādi varētu būt motivējošie iemesli, lai darbinieks būtu ieinteresēts savus darba pienākumus veikt pilnvērtīgi un bez kļūdām.

Testus aizpildīja 10 no 12 darbiniekiem, līdz ar to kopējais rezultāts ir pietiekams, lai spētu analizēt kopējo darbinieku darba motivāciju. Izvērtējot vidējo vecumu starp 12 darbiniekiem, tas ir aptuveni 46 gadi.

Testa rezultāti apkopoti 1. attēlā.



1. att. Motivējošo faktoru izvērtējums pētāmajā uzņēmumā (Avots: Autores veidots pēc aptaujas datiem)

Darbiniekiem galvenā motivācija darba vietā ir sadarbība, kas nozīmē, ja kolektīvs ir saliedēts un spēj sadarboties, tas katram no darbiniekiem dod motivāciju ieguldīt arī savu artavu kolektīva kopējā sadarbībā. Bet noteikti ir jāizvairās no riska faktora, kas būtu sāncensība, tā kolektīvam nenāk par labu un iekšējo vidi var radīt saspīlētu un nelabvēlīgu.

Otra galvenā motivācija ir finansiālie motīvi, ja darbinieki ir tendēti uz finansiāliem motīviem, tad ir grūti veidot motivējošu un labvēlīgu vidi darbiniekam, jo darba samaksa vienmēr būs nepietiekama darbinieka vēlmēm.

"KANTAR" veiktā aptauja par to, kā Latvijas iedzīvotāji vērtē savu mājsaimniecības finanšu situāciju: **Latvijas iedzīvotāji savu un savas mājsaimniecības finanšu situāciju vērtē piesardzīgi**. Lielākā daļa to vērtē kā apmierinošu (52 %), vienlaikus trešā daļa (32 %) to vērtē kā sliktu. Tikai desmitā daļa Latvijas iedzīvotāju (12 %) savu un mājsaimniecības finanšu situāciju vērtē kā labu vai ļoti labu. Savu un mājsaimniecības finansiālo situāciju biežāk kā labu vērtē iedzīvotāji vecumā 26–35 gadi, uzņēmumu vadītāji un augstākā līmeņa speciālisti. Savukārt iedzīvotāji vecumā 55–65 gadi savu un mājsaimniecības finanšu situāciju biežāk vērtē kā sliktu (Kantar, bez gada).

Pēc šīs aptaujas vadoties (skat.1. att.), "X" uzņēmuma darbinieki ir tuvāk vecumam, kas savu finanšu situāciju biežāk vērtē kā sliktu, tas varētu būt rādītājs, kāpēc 6 no 10 darbiniekiem ir finansiāli motīvi darba vietā.

Pētījums atklāja, ka darbinieki nevēlas darba vietā atzinību un pateicību, kas liek domāt, ka aizgājušo sešu gadu laikā, tādas nav bijis un līdz ar to pat vairs nepieļauj iespējamību, ka var tikt novērtēti par paveikto darbu un gūt atzinību.

Ņemot vērā, ka darbinieki, iespējams, nesaņem atzinību un novērtējumu, tas rezultējas ar testa nākamo sadaļu, kas arī ir 0 – atbildība. Ja darbinieks nevēlas uzņemties atbildību, tad apdraudēta ir veicamā darba kvalitāte.

Lai testa rezultāti būtu ar dziļāku papildinājumu, darba autore aicināja darbiniekus uz interviju, 6 darbinieki piekrita. Intervija bija brīvprātīga, jo respondentiem-darbiniekiem tā ir brīva izvēle, vai sniegt padziļinātu skatījumu uz darba vidi.

Pētījuma metodoloģija

Pētījumā darba autore izmantoja šādas metodes: kvantitatīvā metode, kvalitatīvā metode, statistikas metode, grafiskā metode.

Aptaujas rezultāti

Darba autore uzskata, ka uzņēmumā "X" nav labbūtību veicinošu pasākumu, jo uz to norāda veiktā testa rezultāti, jo darbinieki pamatā ir tendēti uz finansiālo darba motivāciju, kas nozīmē, ka svarīgākais ir atalgojums. Ja būs iespēja mainīt darba vietu augstāka atalgojuma dēļ, darbinieki to noteikti izmantos. Darba autore nevar vērtēt algas apmēru, jo tā ir konfidenciāla informācija, kuru nedrīkst izpaust trešajām personām.

Darba autore par algas apmēru var vadīties tikai pēc valstī veiktā aprēķina pēc konkrētās profesijas klasifikatora atalgojumu, kas ir vidējā stundas tarifa likme – **8,80 EUR (autovadītājam)** un **5,33 EUR (krāvējam) –**, 80 % no vidējās stundas tarifa likmes valstī – **5,06 EUR (autovadītājam)** un **4,21 EUR (krāvējam) –**, darba vietu, kurās vidējā stundas tarifa likme ir mazāka par 80 % no vidējās stundas tarifa likmes valstī, īpatsvars ir 27 %. Vidēji nostrādātās darba stundas vienā darba vietā tiek norādītas 148 autovadītājam – aprēķinot pēc vidējās tarifa likmes algas apmērs ir **1302,40 EUR/bruto –** un 130 krāvējam – aprēķinot pēc vidējās tarifa likmes algas apmērs ir **657,80 EUR/bruto.**

Ņemot vērā pieejamos datus, darba autore var secināt, ka algas apjoms, pēc viņas domām, nav atbilstošs veicamajam darbam, bet vai atalgojums ir lielāks vai mazāks informācijas nav, jo aprēķins tiek veikts pēc vidējā aprēķina no Valsts ieņēmumu dienesta (VID) datiem, līdz ar to ir iespējams, ka varbūt algas apmērs ir lielāks nekā norādīts VID datos.

Uzņēmumā "X", no darbinieku sniegtajām atbildēm intervijā, ir noprotams, ka viņiem nav atbalsta persona, pie kā vērsties emocionāla rakstura jautājumos, kad, iespējams, šī rakstura problēmas rada cita darbinieks. Uzņēmumā visas uzņēmuma funkcijas kā personāla vadība, kas tieši ir atbildīga par labbūtību, motivāciju, darbinieku informētību u.c. jautājumiem, grāmatvedība un citas uzņēmuma struktūras ir uzņēmumā "Y", līdz ar to nav vēlme pēc atzinības un novērtēšanas. Darba autore kā biroja darbinieks kopējā čatā lietotnē "WhatsApp" mēdz nosūtīt pateicības, kas ienākušas no klientiem, bet vai darbinieki to novērtēt, darba autore nespēj uz šo jautājumu sniegt atbildi.

Ir jūtami negatīva gaisotne, kas attiecas uz uzņēmuma "X" vadību, bet iemeslus darba autorei neizdevās noskaidrot, jo tas varētu būt tieši saistīt ar darbinieku bailēm zaudēt darba vietu, apsverot iespēju, ka pētījuma informācija varētu tikt izpausta uzņēmuma vadībai.

Pozitīvais faktors ir sadarbība, kas arī ir redzams testa rezultātā, bet tā ir tendēta uz darbinieku tiešo sadarbību, kā viņi sastrādājas savā starpā. Līdz ar to secinājumi ir, ka darbu cenšas veikt labi, kas uzņēmuma ir svarīgs faktors.

Intervijas rezultāti – darbinieku viedoklis

Intervijas jautājumi tika veidoti vienkārši, lai tie būtu viegli saprotami. Lai gan atsaucība nebija augsta, darba autore uzskata, ka arī no sniegtajām atbildēm var secināt, kā darbinieki novērtē savu darba vietu un kādi uzlabojumi labbūtības kontekstā būtu veicami.

1. jautājums: Vai darba vietā jūties droši?

Uz šo jautājumu atbilde bija īsa un skaidra, visi no intervētājiem sniedza atbildi, ka darba vietā jūtas droši. No tā izriet, ka darba telpas, automašīnas ir atbilstošas darba drošības noteikumiem.

2. jautājums: Vai darba vieta nodrošina ar specializēto apģērbu, apaviem, tehnisko nodrošinājumu, dezinfekcijas līdzekļiem?

Arī uz šo jautājumu darbinieki atbildēja pamatā apstiprinoši – tiek nodrošināts darba apģērbs, tā regulāra mazgāšana, apavi atbilst darba drošības nosacījumiem un tos darbinieki pat paši drīkst izvēlēties. Neliela piebilde bija par tehnisko nodrošinājumu un remonta zonu, jo, lai mašīnas ne vienmēr būtu jāved uz servisu labot, to varētu izdarīt darbinieks pats, bet pilnvērtīgi nav iespējams, jo nav tam piemērota remonta zona un arī instrumentu trūkums liedz to darīt. Tāpēc var izdarīt tikai elementāras lietas, piemēram, nomainīt izdegušu spuldzīti.

3. jautājums: Vai darba telpas ir piemērotas?

Darba telpas ir ģērbtuve, priekštelpa un dušas. Arī šajā jautājumā lielākoties bija pozitīvas atbildes, bet ar piebildi, ka tās varētu būt nedaudz lielākas platības ziņā, jo, ja ģērbtuvē sanāk visi darbinieki, sajūta esot saspiesta, darbinieki vēlas ievērot savu privāto zonu.

4. jautājums: Vai psiholoģiskā vide ir labvēlīga?

Drīzāk jā, kolēģi ir atsaucīgi, bet ir kolēģi, kuri ir nīgri katru dienu un ir tiešām kaitinoši kolēģi, no kuriem labāk izvairītos, ja būtu iespēja.

5. jautājums: Vai darba vieta nodrošina ar veselību veicinošiem pasākumiem? Ja nē, ko Jūs ieteiktu?

Vienīgais nodrošinājums ir veselības apdrošināšana, bet tā tiek lietota, kad veselība jau ir pasliktinājusies. Ieteicamie veselības pasākumi: sporta zāles abonements, apmaksāts baseina apmeklējums, jo pamatā šofera darbs ir sēdošs, un darba risks ir patstāvīga vibrācijas ietekme uz ķermeni.

6. jautājums: Vai apmierina darba vieta? Ko Jūs ieteiktu uzlabot?

Darba vieta pamatā apmierina, bet neizpratni rada, ka uzņēmums "X" ir uzņēmuma SIA "Y" "meitas uzņēmums", ņemot vērā, ka uzņēmums "Y" atrodas pilsētā A un uzņēmums "X" atrodas pilsētā B. Nevar salīdzināt divas pilnīgi atšķirīgas pilsētas gan darba apjoma ziņā, gan attieksmē pret darbiniekiem. Uzņēmums "X" ir mazs, kurā darbinieki viens otru pazīst, līdz ar to iekšējais darba ritms atšķiras no uzņēmuma "Y" darba ritma. Un ieteikums vadībai neuztvert darbiniekus uzņēmumā "X" tāpat kā uzņēmumā "Y", jo uzņēmuma "X" darba ritms un iekšējā darba vide ir pilnīgi atšķirīga no uzņēmuma "Y".

Viens respondents pieminēja, ka neapmierina laika apstākļi. Diemžēl tā ir darba specifiskā puse, kuru nevar ietekmēt ne darba devējs, ne pats darbinieks, jo darbs ir jāveic neatkarīgi no gaisa temperatūras, nokrišņiem un citiem dabas faktoriem, kas neapdraud darbinieka veselību vai dzīvību.

Autores secinājumi

Ir manāms, ka darbinieki neinformē vadību par darba psiholoģisko vidi, lai gan ir iespējams risināt jautājumu par "kaitinošiem" darbiniekiem. Šādas situācijas nerisināšana var novest pie situācijas saasināšanās līdz konfliktam, kas būtu jānovērš savlaicīgi. Bet būtu jāpārbauda, vai darbinieki ir informēti, pie kā vērsties iebildumu gadījumā un vai atbildīgā persona ir atsaucīga šādu jautājumu risināšanā.

Darbinieki novērtē veselības apdrošināšanu, bet to neuzskata par veselību veicinošu pasākumu. Arī autore kā darbinieks var piebilst, ka vēlētos apmeklēt sporta zāli, ja tas būtu kā veselību veicinošs pasākums no uzņēmuma puses, jo autores darbs ir sēdošs ar piespiedu ilgstošu pozu.

Darbinieki pēc testa nevēlas tikt novērtēti un gūt atzinību. Tas atspoguļojas intervijas pēdējā jautājumā, jo attieksme tiek skaidri pateikta, ka darbs pilsētā A tiek veikts atšķirīgi no pilsētas B, līdz ar to padarītais darbs nevar tikt salīdzināts, jo tiktu veikta salīdzināšana ne pēc līdzvērtīgiem kritērijiem.

Secinājumi

Pētījuma gaitā autore secināja, ka uzņēmumā "X" netiek vērtēta darbinieku motivācija un nav izteikti labbūtības principi. Uzņēmumā "X" ir jārada izpratne, ka labbūtība ir ilgtspējas rādītājs uzņēmumā.

Pētījumi apstiprina, ka darbinieki, kuri tic, ka vadītājam rūp viņa labbūtība, sasniedz augstākus darba rezultātus kā darbinieki, kuri tam netic un to neizjūt. Tātad – attīstot vadītājos šo prasmi un veidojot organizācijā labbūtības kultūru, tiks celti biznesa rezultāti. Tā ir vadības pieejas maiņa no "bosa" uz "kouča" pieeju, kā galvenos instrumentus izmantojot:

- kvalitatīvas atgriezeniskās saites sniegšanu un saņemšanu, izceļot talantus un tos prasmīgi izmantojot;
- mērķu uzstādīšanu ne tikai biznesa rezultātiem, bet arī labbūtībai;
- mācīšanos no pieredzes apzināšanās, analīzes, jaunu risinājumu meklēšanas;
- esošo un trūkstošo kompetenču apzināšanu un nodrošinot iespēju tās attīstīt.

Darba autore iesaka augstāk minētos instrumentus ieviest uzņēmuma "X" vadībai, lai nodrošinātu ilgtspēju.

Autore iesaka ieviest jaunu štata vietu uzņēmumā "X", kurš būtu atbildīgs par personāla labbūtību. Darbinieks būtu personāla speciālists, kurš informētu darbiniekus par uzņēmumā notiekošajiem procesiem, noteiktu darbiniekiem mērķus, pieņemtu darbinieku ieteikumus, veiktu darbinieku patstāvīgu psiholoģiskās un emocionālās vides novērtējumu, sniegtu atbalstu uzklausot un nododot informāciju uzņēmuma vadībai, ja nav iespējams veikt uzlabojumus sava amata ietvaros.

Darba autore iesaka veikt patstāvīgas darbinieku aptaujas par to, kas viņus motivētu darbu veikt vēl labāk kā līdz šim. Tāpat būtiski ir izzināt darbinieku vēlmes, kas saistītas ar veselību veicinošiem pasākumiem.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Miķelsone, A. (2022). Lekciju materiāls-tests kursā "Personāla vadība un ētika".
2. Kantar (2022). 52% Latvijas iedzīvotāji savu un savas mājsaimniecības finanšu situāciju vērtē kā apmierinošu. Elektroniskais resurss [skatīts 03.01.2023.]. Pieejams: https://www.kantar.lv/52-latvijas-iedzivotaji-savu-un-savas-majsaimniecibas-finansu-situaciju-verte-ka-apmierinosu/
3. Valsts Ieņēmumu dienests (2022). Informācija par darba vietām 2022. gadā atbilstoši profesiju klasifikatoram. Elektroniskais resurss [skatīts 03.01.2023.]. Pieejams: https://www.vid.gov.lv/lv/informacija-par-darba-vietam-2022gada-atbilstosi-profesiju-klasifikatoram
4. TRAININGLAB (2021). Labbūtība darba vietā jeb kā uzbūvēt izturīgas un plaukstošas komandas? Elektroniskais resurss [skatīts 12.01.2023.]. Pieejams: https://traininglab.lv/labbutiba-darba-vieta-jeb-ka-uzbuvet-izturigas-un-plaukstosas-komandas/

Daniels Švačko. SOCIĀLO MEDIJU KAMPAŅA "LAI SANĀK BŪT ĪSTIEM!" TIRDZNIECĪBAS CENTRA "DOMINA" IZPĀRDOŠANAS AKCIJAI "BAZĀRS"

Alberta koledža, studiju programma "Digitālais mārketings"

Zinātniskais vadītājs: *Mg.soc. Liliāna Ozoliņa*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: tirdzniecības centrā "Domina" "BAZĀRS" ir ikgadēja izpārdošanas akcija, kuras laikā tiek palielināta apmeklētāju plūsma veikala telpās un respektīvi arī pirkumu skaits, kas ietekmē ietirgojumu un peļņu. Tāpēc ir jāizstrādā sociālo mediju kampaņa, kas palīdzēs sasniegt izvirzīto mērķi 2023. gadam un ietekmēs arī kopējo zīmola atpazīstamību.

Pētījuma mērķis: darba ietveros pētījuma mērķis ir noskaidrot, kāds tirdzniecības centru sociālo mediju saturs ir aktuāls un pieprasīts auditorijai.

Pētījuma metodes: tika izmantota kvantitatīvā pētījuma metode – anketēšana, SVID analīze, mārketinga miksa jeb 4P analīze.

Sasniegtie rezultāti: liela daļa aptaujāto respondentu neseko līdzi tirdzniecības centriem sociālajos tīklos (57 % "Instagram" platformā un 49 % "Facebook"). No pārējo respondentu atbildēm varēja secināt, ka visbiežāk cilvēki seko līdzi tirdzniecības centriem, ja saturs ir saistīts ar materiālu guvumu tiem (akcijas, atlaižu piedāvājumi). Respondenti norādīja, ka vēlas saņemt saturu un komunikāciju tieši par šādām tēmām, kas sakārtotas pēc atbilžu procentuāla daudzuma – izpārdošanas akcijas (34 %), konkursi (17 %), t/c aktualitātes un pasākumi abi ieguva 16 %. Visatbilstošāk ir izvietot saturu t/c sociālajos tīklos tikai vienu reizi nedēļā, ko varēja secināt no 33 % no visām respondentu atbildēm. Visbiežāk sociālajos tīklos tiek pamanīta reklāma, kā norādīja 29 % aptaujāto, tad izpārdošanas akcijas un visbeidzot informācija par atlaidēm. Balstoties uz anketā iegūtajiem rezultātiem, darba autors ir nonācis pie secinājumiem, ka vairāk jāimplementē saturs par izpārdošanas akcijām, lai veicinātu iesaisti un arī atpazīstamību sociālajos medijos, biežāk izmantot sociālo mediju reklāmu, aktīvi komunicējot ar mārketinga ziņām.

Atslēgas vārdi: *mārketings, satura mārketings, saturs, "Instagram", "Facebook", "Bazārs", t/c "DOMINA".*

Ievads

"Domina" tirdzniecības centrs katru gadu rīko izpārdošanas akciju "Bazārs", kas ir tradicionāla, taktiska pircēju plūsmas un apgrozījuma veicināšanas kampaņa, kuru arī gaida cilvēki un t/c klienti. Akcijas mērķis – gan uzrunāt esošos klientus, gan iegūt jaunus. Šajā laikā tirdzniecības centrs "Domina" piedāvā atlaides līdz pat 80 %. Kampaņas norises laiks ir no 8. līdz 13. februārim, un tās laikā tiks komunicēts ar cilvēkiem gan digitālajā vidē, gan ar vides reklāmu uz pašas ēkas.

Kursa darba uzdevums ir izstrādāt sociālo mediju kampaņu izpārdošanas akcijai "Bazārs", nododot vēstījumu sociālajos tīklos, kas ietver gan reklāmas plānu, gan iesaisti veicinoša satura plānu.

Kursa darba "Sociālo mediju kampaņa "Lai sanāk būt īstiem!" tirdzniecības centra " DOMINA" izpārdošanas akcijai "Bazārs"" ietvaros autors izstrādāja sociālo tīklu mediju kampaņu ar satura un komunikācijas aktivitāšu plānu ar mērķi – uzlabot tirdzniecības centra "Domina" sociālo mediju platformu "Facebook" un "Instagram" komunikāciju un palielināt atpazīstamību.

Lai sasniegtu šo mērķi, tika izvirzīti konkrēti darba uzdevumi: 1) apskatīt informācijas avotus ar teoriju par mārketinga un sociālo mediju mārketinga teoriju, mārketinga plānošanu un satura mārketinga plānošanas nozīmi; 2) izvēlēties atbilstošāko metodi pētījuma veikšanai – kvantitatīvās pētniecības metodi: anketēšanu; 3) veikt pētījumu – anketēšanu, lai noskaidrotu

vēlamo t/c komunikāciju un saturu sociālajos medijos "Facebook" un "Instagram"; 4) pamatojoties uz pētījuma rezultātiem, izstrādāt radošā risinājuma kampaņu t/c "Domina" sociālajiem tīkliem "Instagram" un "Facebook"; 5) izdarīt secinājumus par saturu un komunikāciju, kas būs vērtīga un nozīmīga potenciālajai tirdzniecības centra auditorijai sociālajos medijos.

Darbs strukturēts trīs daļās – teorētiskā, metodoloģiskā un praktiskā.

Literatūras apskats

Mārketings ir zinātne, kas ietver preču vai pakalpojumu radīšanu, veicināšanu un izplatīšanu mērķa auditorijai ar mērķi radīt vērtību un nodrošināt peļņu nesošu attīstību uzņēmumam. Mārketinga stratēģijas ir radītas, lai piesaistītu un noturētu klientus, radot relevantas un tiem vērtīgas preces vai pakalpojumus, kā arī efektīvi komunicējot ar mērķa tirgu, uzsverot to vērtību (Godins S., 2002, Kotler P., 2012).

Ņemot vērā kopējo mārketinga izpratni, satura mārketings ietver šaurāku mārketinga novirzienu, kas ir mārketinga stratēģija, kuras mērķis izveidot un dalīties ar vērtīgu, atbilstošu un regulāru saturu, kā arī piesaistīt un noturēt precīzi definētu auditoriju, kura savukārt sniedz peļņu. Tā ietver vairākus posmus, kas ir:

- Mērķa auditorijas definēšana un izpēte;
- Tāda satura radīšana, kas atbild uz auditorijas vajadzībām un interesēm;
- Mārketinga aktivitāšu rezultātu analīze un korekciju ieviešana jeb optimizācija;
- Satura plāna radīšana;
- Izplatīšanas kanālu un platformu plānošana.

Sociālo mediju mārketingā, kas iet roku rokā ar satura mārketingu, ir jāņem vērā, ka mērķis nav tikai nepārtraukta produkta reklamēšana, bet arī attiecību veidošana un iesaiste ar auditoriju. Viens no svarīgiem sociālo mediju mārketinga aspektiem ir arī iesaiste ar radīto saturu jeb konkrētas darbības, kā piemēram, komentāri vai dalīšanās ar saturu, komunikācija par to ar citiem (Vaynerchuk, 2013).

Mārketinga plānošanas un stratēģijas izstrādes procesā ir SVID analīze, lai identificētu iekšējos un ārējos faktorus, kas var ietekmēt kampaņas vai mērķa panākumus. Kā arī jāveic "mārketinga miksa jeb 4P" izstrāde, lai kampaņas saturs un komunikācija atbilstu mērķauditorijas vajadzībām, ņemot vērā arī mārketinga vides faktorus (Kotler, 2012).

Izmantojot 4P, ir iespējams definēt katru no tā elementiem, lai tie būtu maksimāli atbilstoši un nozīmīgi auditorijai, kā arī ar SVID analīzes palīdzību var identificēt iekšējos un ārējos faktorus, kas var ietekmēt mārketinga plāna izdošanos un stratēģiju izstrādi (Kotler, 2012).

Plānojot mārketinga aktivitātes, ir jāizprot mērķauditorijas intereses un sāpju punkti un jāpielāgo saturs, lai tas atbilstu tās vajadzībām un sniegtu zināmu vērtību. Plāns sastāv no tādiem posmiem kā mērķu noteikšana, mērķa auditorijas definēšana, KPI definēšana un rezultātu novērtēšana (Baer, 2013).

Pareizi un atbilstoši auditorijai definējot katru no mārketinga plānošanas procesa elementiem, būs iespējams efektīvāk un mērķtiecīgāk izveidot mārketinga plānu.

Pētījuma metodoloģija

Kursa darba ietvaros tika veikts pētījums, lai iegūtu padziļinātu izpratni par to, kādu sociālo mediju satura komunikāciju auditorija sagaida tieši no tirdzniecības centra. Tika izvēlēta kvantitatīvā pētījuma metode – anketēšana.

Anketā tika uzdoti jautājumi, lai noskaidrotu "Facebook" un "Instagram" sociālo tīklu lietotāju viedokli par tirdzniecības centru satura komunikāciju, lai identificētu auditorijas vēlmes un gaidas par saturu, kāds būtu noderīgs un pieprasīts tieši no tirdzniecības centra. Tā tika izstrādāta un izvietota platformā "VisiDati.lv" (*https://www.visidati.lv/aptauja/1933919841/).*

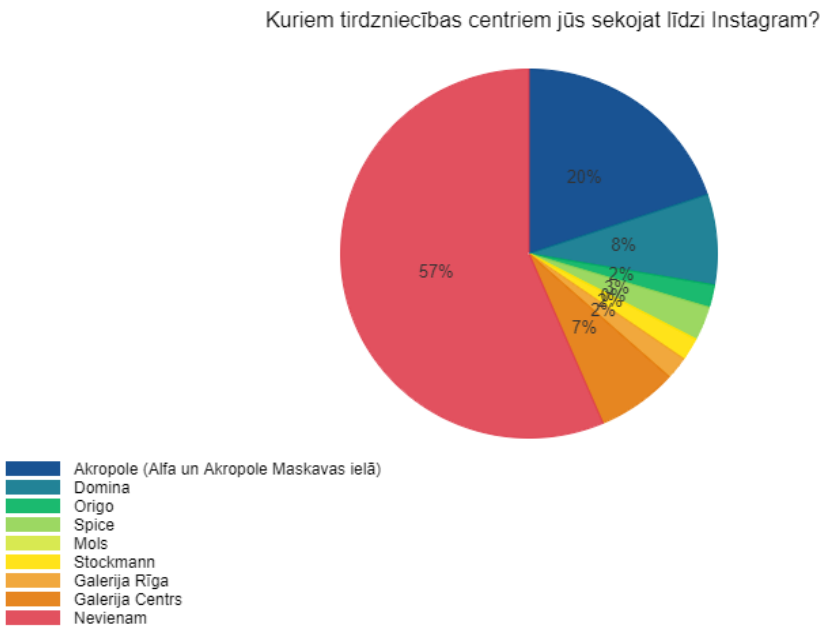
Darbā pētāmā problēma: noskaidrot, kāds tirdzniecības centru sociālo mediju saturs ir aktuāls un pieprasīts auditorijai.

Pētījuma objekts: tirdzniecības centra "Domina" sociālo mediju profili "Facebook" un "Instagram".

Pētījuma laiks: laika periods no 2022. gada 27. decembra līdz 17. janvārim.

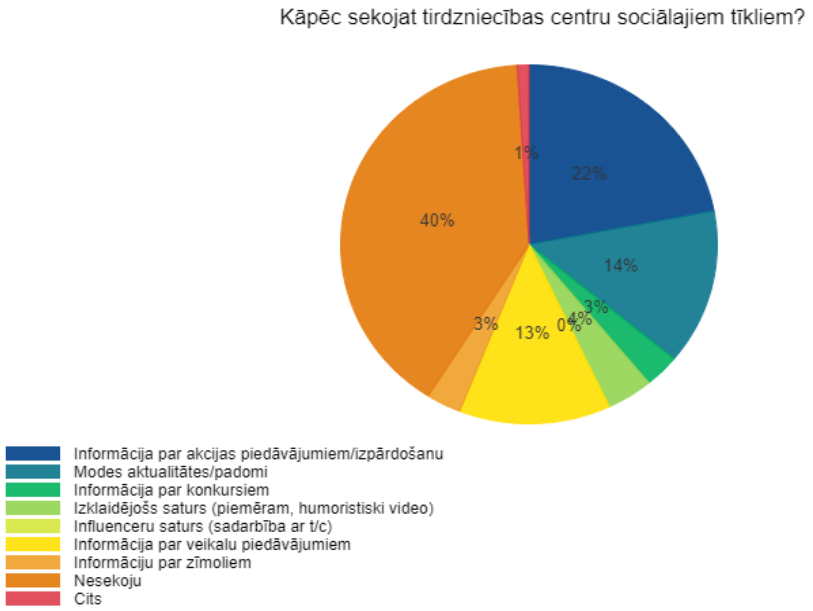
Pētījuma rezultāti

Tika aptaujāti 54 respondenti – 34 sievietes un 20 vīrieši vecuma intervālā no 18 līdz 45 un vairāk gadu.



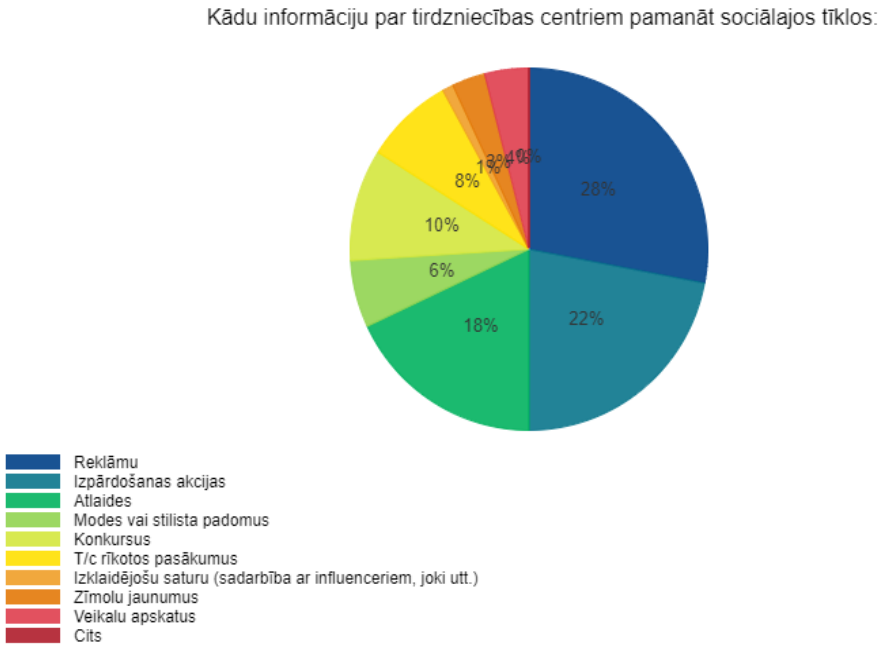
1. att. Atbildes uz jautājumu "Kuriem tirdzniecības centriem jūs sekojat līdzi "Instagram"?" (Avots: autora apkopojums)

1. attēlā novērojams, ka liela daļa aptaujāto respondentu neseko līdzi tirdzniecības centriem sociālajos tīklos (57 % – "Instagram" platformā un 49 % – "Facebook"). No pārējo respondentu atbildēm varēja secināt, ka visbiežāk cilvēki seko līdzi tirdzniecības centriem, ja saturs ir saistīts ar materiālu guvumu tiem (akcijas, atlaižu piedāvājumi).



2. att. Atbildes uz jautājumu "Kāpēc sekojat tirdzniecības centru sociālajiem tīkliem?" (Avots: autora apkopojums)

Respondenti anketā norādīja, ka vēlas saņemt saturu un komunikāciju sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram" lielākoties par izpārdošanas akcijām (34 %), konkursiem (17 %), t/c aktualitātēm, kā arī pasākumiem (16 %).



3. att. Atbildes uz jautājumu "Kādu informāciju par tirdzniecības centriem pamanāt sociālajos tīklos?" (Avots: autora apkopojums)

Visbiežāk sociālajos tīklos tiek pamanīta reklāma, kā norādīja 29 % aptaujāto, tad izpārdošanas akcijas un visbeidzot informācija par atlaidēm.

Secinājumi

Apkopojot un analizējot respondentu sniegtās atbildes anketā, darba autors ir nonācis pie secinājumiem, ka:

1. Cilvēki lielākoties vēlas sociālajos medijos redzēt saturu par izpārdošanas akcijām, kas ir jāimplementē satura plānā un komunikācijā, kas būs efektīvāk, lai veicinātu iesaisti un arī atpazīstamību sociālajos medijos "Instagram" un "Facebook".
2. Ar reklāmas palīdzību var aptvert lielāku cilvēku skaitu, publicējot saturu un aktīvi komunicējot ar mārketinga ziņām, baneru jeb dizaina elementu palīdzību, lai sekmētu atpazīstamību.
3. Jāizstrādā un jāizmēģina dažāda veida vizuālie materiāli, baneri, kas ļauj efektīvāk piesaistīt sociālo tīklu lietotāju uzmanību un vairot atpazīstamību.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Baer, J. (2013). "Youtility: Why Smart Marketing is about Help not Hype", 11., 18., 44., 45., 64., 77. lpp. New York, NY: Portfolio/Penguin.
2. Godins, S. (2002). "Atļaujas mārketings". Rīga, SIA Baltijas vadības konference.
3. Kotler, P., Keller, K. L. (2012). "Marketing Management". Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
4. Vaynerchuk, G. (2013). "Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World", 97., 123. lpp. HarperCollins.

Monta Aleksandra Grīna. PATĒRĒTĀJU IEPIRKŠANĀS PARADUMI TIRDZNIECĪBAS CENTROS

Alberta koledža, studiju programma: "Digitālais mārketings", e-pasts: montagreen@yahoo.co.uk

Zinātniskais vadītājs: *MBA, lektore Ilze Krūmiņa*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: pēdējie 3 gadi visiem klātienes uzņēmumiem bija izaicinoši globālās pandēmijas dēļ. Uzņēmumiem nācās saprast, kā veidot tirdzniecību tiešsaistē, lai nezaudētu klientus. Kas daudziem tobrīd likās neērti, tagad ir kļuvis par normu, un mazumtirdzniecības eksperti norāda, ka iepirkšanās internetā drīz apsteigs tradicionālo iepirkšanos naudas izteiksmē (Market Business News, 2017). Oficiāli iepirkšanās centri tiek definēti kā "viena vai vairākas ēkas, kas veido veikalu kompleksu, kurā pārstāvēti tirdzniecības veikali, ar savstarpēji savienotiem gājēju celiņiem, kas ļauj apmeklētājiem pārvietoties no vienības uz vienību". Neoficiāli tie ir kopienu sirds un dvēsele, mazumtirdzniecības ekonomikas pamats un sociālā svētvieta pusaudžiem visā pasaulē (The future of the shopping mall, 2014). Lai piesaistītu patērētāju atkal doties uz tirdzniecības centru, tiem ir jābūt radošiem ar savām akciju kampaņām un jārada vēlmi tās apmeklēt. Lai izveidotu veiksmīgu mārketinga kampaņu ir jāizprot, kādas akciju kampaņas patērētāji patlaban apmeklē visvairāk, kas tos motivē doties uz tirdzniecības centru un kādas preces tie pērk visbiežāk.

Pētījuma mērķis: noskaidrot patērētāju iepirkšanās paradumus tirdzniecības centros, lai spētu apstiprināt vai noraidīt autores izvirzīto hipotēzi, ka patērētāji vairāk iepērkas akciju periodos un atliek lielu pirkumu iegādi līdz tam. Izveidot kampaņu, ar kuras palīdzību tiek noskaidrota tirdzniecības centra "Domina" atpazīstamība respondentu vidū, to informētība par "Bazāra" esamību, kā arī vēlme vai iecere to apmeklēt šogad.

Pētījuma metodes: kvantitatīvā aptauja, kurā tika iegūtas 41 respondentu atbildes, literatūras un informācijas avotu analīze, kā arī grafiskā metode rezultātu atspoguļošanai.

Sasniegtie rezultāti: pēc datu apkopošanas ir redzams, ka cilvēkiem patīk iepirkties. Tie meklē akciju piedāvājumus un nereti veic impulsa pirkumus, ja precei ir piemērota laba atlaide. Lai gan tirdzniecības centrs "Domina" ir labi zināms starp respondentiem, liela daļa neapmeklē šī tirdzniecības centra veidotās kampaņas, un patlaban nedomā to darīt arī nākotnē.

Atslēgas vārdi: *mārketings, kampaņas, akcijas, tirdzniecības centri.*

Ievads

Pēdējie 3 gadi visiem klātienes uzņēmumiem bija izaicinoši globālās pandēmijas dēļ. Tirdzniecības nozare piedzīvoja izmaiņu periodu. Uzņēmumiem nācās saprast, kā veidot tirdzniecību tiešsaistē, lai nezaudētu klientus, kamēr nebija atļauta darbība klātienē. Kas daudziem patērētājiem tobrīd likās neērti, tagad ir kļuvis par normu, un mazumtirdzniecības eksperti norāda, ka iepirkšanās internetā drīz apsteigs tradicionālo iepirkšanos naudas izteiksmē (Market Business News, 2017). Tiklīdz klātienes tirdzniecība atsākās, atsākās arī lielā konkurence tirdzniecības centru starpā. Oficiāli iepirkšanās centri tiek definēti kā "viena vai vairākas ēkas, kas veido veikalu kompleksu, kurā pārstāvēti tirdzniecības veikali, ar savstarpēji savienotiem gājēju celiņiem, kas ļauj apmeklētājiem pārvietoties no vienības uz vienību". Neoficiāli tie ir kopienu sirds un dvēsele, mazumtirdzniecības ekonomikas pamats un sociālā svētvieta pusaudžiem visā pasaulē (The future of the shopping mall, 2014). Tātad mūsdienās tirdzniecības centri ir kļuvuši par vietu, kur cilvēkiem atpūsties no ikdienas, kur patīkami pavadīt laiku un socializēties. Lai piesaistītu patērētāju atkal doties uz tirdzniecības centru, tiem ir jābūt radošiem ar savām akciju kampaņām un jārada vēlmi tās apmeklēt. Taču svarīgs aspekts visā šajā bija tas, ka patērētāju pirkšanas paradumi ir mainījušies. Jāņem vērā arī, ka valsts ekonomiskā situācija pieredzēja izmaiņas, kas mazāk vai vairāk ietekmēja iedzīvotājus un to pirktspēju.

Kā pētījuma mērķis tika izvirzīts – noskaidrot patērētāju iepirkšanās paradumus tirdzniecības centros, lai spētu apstiprināt vai noraidīt autores izvirzīto hipotēzi, ka patērētāji vairāk iepērkas akciju periodos, un atliek lielu pirkumu iegādi līdz tam.

Lai tiktu sasniegts izvirzītais mērķis, darba autore izvirzīja četrus galvenos pētījuma uzdevumus:

1. Izpētīt un apkopot pētījuma tēmas aktualitāti dažādos literatūras un informācijas avotos;
2. Izveidot aptauju, lai varētu iegūt informāciju par patērētāju iepirkšanās paradumiem tirdzniecības centros;
3. Apkopot iegūtos datus, izanalizēt tos, lai spētu izvirzīt secinājumus un sniegtu priekšlikumus;
4. Izveidot mārketinga kampaņu, balstoties uz pētījuma rezultātiem.

Darba autores izvēlējās kvantitatīvo pētījuma metodi, aptauju, kurā tika iegūtas 41 respondentu atbildes.

Pētījuma aktualitātes apskats literatūras avotos

Tradicionālā iepirkšanās ir veids, kā iegādāties preci, dodoties tieši uz veikalu. Sākumā, pirms naudas izgudrošanas, pastāvēja bartera ekonomika. Cilvēki mainīja preces un pakalpojumus pret citām precēm. Bet pēc naudas ieviešanas cilvēki preces un pakalpojumus pērk pēc naudas samaksas. Tomēr šis process notiek, kad pircējs un pārdevējs tiekas tieši viens ar otru. Vēlākos laikos tehnoloģiskās izaugsmes dēļ, cilvēku darbībā notika milzīgas izmaiņas un uzlabojumi. Īpaši pēc interneta izgudrošanas notika pārmaiņas iepirkumos process. Nav nepieciešams tieši tikties ar pircēju un pārdevēju, lai iegādātos preces un pakalpojumus. Sākotnēji iepirkumu sistēma bija ļoti ierobežota, bet tagad tā aktīvi attīstās (Sameeha un Milhana, 2021).

Lai piesaistītu patērētāju atkal doties uz tirdzniecības centru, tirdzniecības centriem ir jābūt radošiem ar savām akciju kampaņām un jārada vēlmi tās apmeklēt. Taču svarīgs aspekts visā šajā bija tas, ka pandēmijas laikā patērētāju pirkšanas paradumi mainījās. Jāņem vērā arī, ka valsts ekonomiskā situācija pieredzēja izmaiņas, kas mazāk vai vairāk ietekmēja iedzīvotājus un to pirktspēju. Par to, cik ātri cilvēkiem veidojas paradumi, ir veikti dažādi pētījumi, bet vidēji, tas aizņem 66 dienas (European Journal of Social Psychology, 2009). Līdz ar to var secināt, ka pandēmijas laiks bija gana ilgs, lai cilvēkiem izveidotos jauni iepirkšanās paradumi. Gandrīz 80 % iedzīvotāju šobrīd pieturas pie pēdējo divu gadu laikā jauniegūtajiem pārtikas iegādes un ēšanas paradumiem un tikai 4 % plāno atgriezties pie sākotnējās rīcības, tā liecina mazumtirdzniecības tīkla "Maxima Latvija" veiktais pētījums (LSM, 2022).

Pandēmijas laika spilgtākā iezīme, patiesi, ir straujš e-komercijas uzplaukums (LSM, 2022). Uzņēmumi kā "Rimi" un "Maxima" padarīja iepirkšanos internetā vieglu jebkuram. Sniedzot cilvēkiem iespēju iegādāties visas nepieciešamās preces un pat piegādes opciju. Lai tirdzniecības centri varētu izveidot patērētājam saistošu mārketinga kampaņu un lai dabūtu šo patērētāju pie sevis, ir jāsaprot, kā patērētājs domā. Ja agrāk tirdzniecība vadījās par un ap produktu vai pakalpojumu, tad tagad centrā ir klients un viņa vajadzības (Vozņuka, 2021). Uzņēmumam ir jāsaprot, vai viņa produkts apmierina kādu patērētāja problēmu, un, ja jā, vai tas ir viegli pieejams visiem? Tāpēc pirms kampaņas veidošanas ir ieteicams izveidot aptauju/pētījumu, lai noskaidrotu, kā ir mainījušies patērētāju iepirkšanās paradumi tirdzniecības centros.

Tagad vairāk uzmanības tiek pievērsts akcijas precēm, nevis iecienītajiem zīmoliem. Cilvēki meklē izdevīgākas alternatīvas saviem iemīļotajiem zīmoliem. Tirdzniecības veikaliem vairāk nekā jebkad iepriekš ir jāveido akciju piedāvājumi. Cilvēki iepērkas apdomīgāk un retāk, bet veic kopējās summas ziņā lielākus pirkumus (Apinis, 2023). Līdz ar to impulsu pirkumu ir mazāk. Tirdzniecības centri nedrīkst aizmirst par *merčendaizingu*, jo tas var palīdzēt patērētajam, kurš

fiziski ieradies uz tirdzniecības centru, veikt kādu impulsa pirkumu. Ja agrāk cilvēki devās uz veikalu pat katru dienu, tad tagad tas notiek retāk.

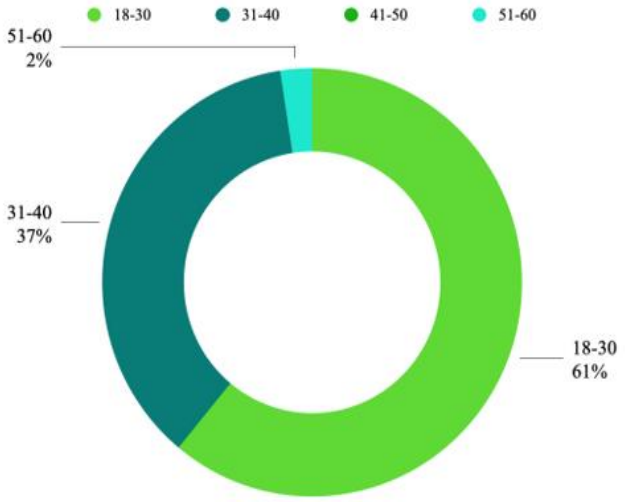
Saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes datiem, šā gada februārī salīdzinājumā ar pagājušā gada sveču mēnesi mazumtirdzniecības apgrozījums ir kāpis par 2,4 % (Apinis, 2023). Dzīve kļūst dārgāka un patērētāju pirktspēja ir samazinājusies. Šā gada februārī pārtikas mazumtirdzniecības apjoms pret atbilstošu laiku pērn ir krities par 0,8 %. Tātad cilvēki ekonomē uz pārtikas precēm, lai varētu iegādāties citas preces vai pakalpojumus.

Pētījuma metodoloģija

Pētījums tika veikts, laika posmā no 2022. gada 14. decembra līdz 2022. gada 31. decembrim. Darba autore sākotnēji veica literatūras un informācijas avotu atlasi un analīzi. Pēc tam apkopoja un izanalizēja aptaujas datus, datu atspoguļošanai izmantojot grafisko metodi. Pēc iegūto rezultātu apkopojuma, tika izvirzīti secinājumi un priekšlikumi.

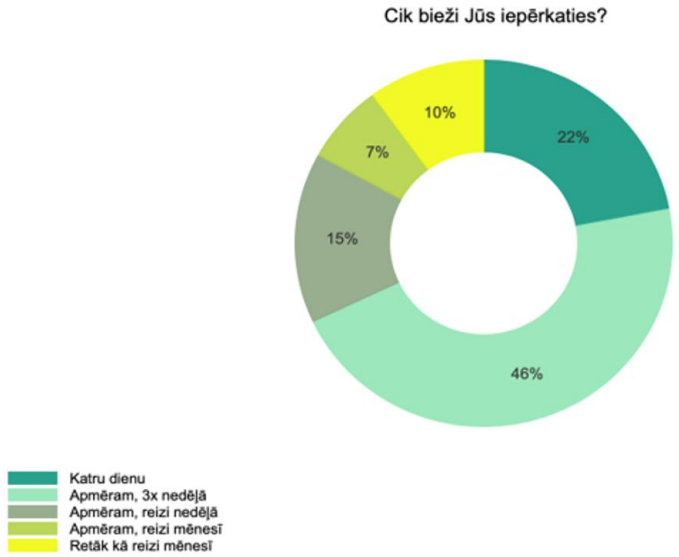
Pētījuma rezultāti

Kopumā tika izanalizētas 41 respondentu atbildes, no kurām 33 bija sievietes un 8 vīrieši, kas procentuāli ir 80 % pret 20 %. Analizējot ievāktos datus par respondentiem, tika noskaidrots, ka aptaujāto vecuma diapazons ir samērā plašs. Jaunākais anketas respondents ir bijis 19 gadus vecs, bet vecākais – 59 gadus vecs. Anketas rezultātos dominēja vecuma grupa no 18 līdz 30 gadu vecumam, kopēji sastādot 61 % no visām iesniegtajām atbildēm. Otro vietu ar 37 % ieņēma vecuma grupa no 31 līdz 40 gadiem. Trešo vietu ieņēma vecuma grupa no 51 līdz 60 gadiem, sastādot 2 % no iesniegtajām atbildēm, un vecuma grupā no 41 līdz 50 gadiem netika saņemta neviena atbilde, sastādot 0 % (1. att.).



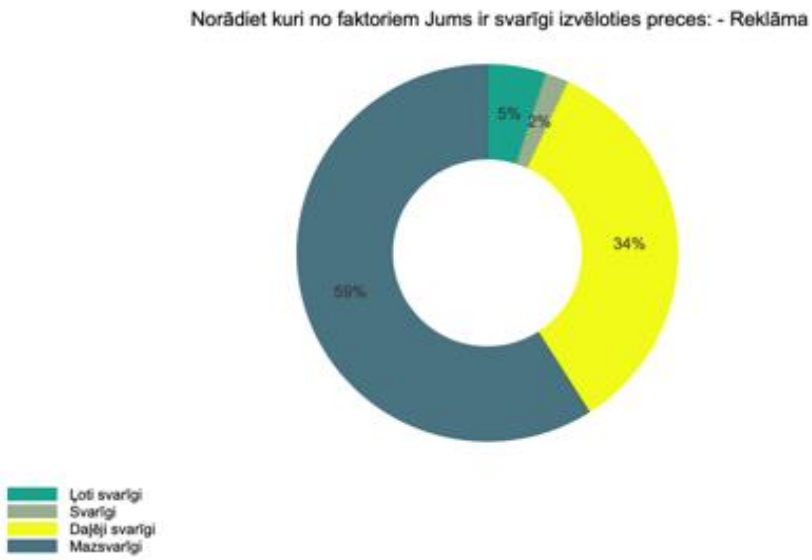
1. att. Respondentu vecums (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pirmais no aptaujas pamatjautājumiem bija "Cik bieži Jūs iepērkaties", lai spētu labāk izprast respondentu iepirkšanās paradumus, kas ir arī pētījuma galvenais mērķis. Gandrīz puse no respondentiem, jeb 46 % iepērkas apmēram 3 reizes nedēļā. Savukārt 22 % iepērkas pat katru dienu. Trešajā vietā ar 1 5% ir respondenti, kuri izvēlējās atbildi "apmēram reizi nedēļā". 7 % respondenti iepērkas apmēram reizi mēnesī, taču 10 % pat retāk nekā reizi mēnesī. Darba autore pieļauj iespēju, ka šie 10 % respondenti neattiecina pārtikas iegādi šajā periodā (2. att.).



2. att. Respondentu iepirkšanās biežums (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Darba autorei, kā mārketinga studentei, bija svarīgi un interesanti noskaidrot atbildi uz nākamo jautājumu "Cik svarīga ir reklāma, izvēloties preci?" Lielākajai daļai (59 % respondentu) tas ir mazsvarīgi. Lielai daļai (34 %) tas ir tikai daļēji svarīgi. Pavisam nelielai respondentu daļai jeb 2 % tas ir svarīgi un 5 % tas ir ļoti svarīgi. Tātad patērētājs iepērkoties nepievērš tik lielu nozīmi reklāmai, kā varbūt preces ražotājs to vēlētos (3. att.).

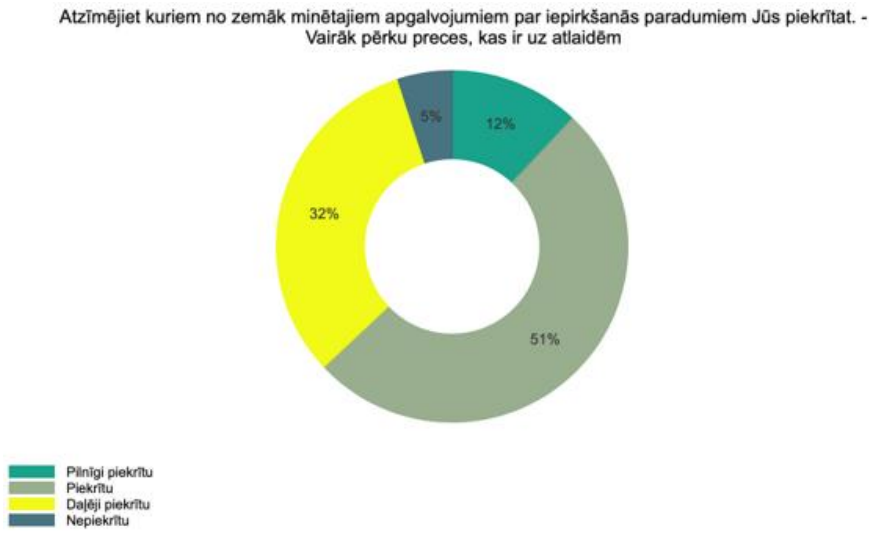


3. att. Respondentu atbilde uz reklāmas nozīmi kā faktoru preces iegādei (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Bija svarīgi noskaidrot, vai patērētājiem patīk iepirkties lielos tirdzniecības centros. 34 % no respondentiem uz apgalvojumu "man labāk patīk iepirkties lielos pārtikas veikalos, nekā mazos" atbildēja apstiprinoši. 24 % pilnībā piekrita apgalvojumam. Daļēji piekrita apgalvojumam 29 % no respondentiem. Apgalvojumu noraidīja 12 % (4. att.).

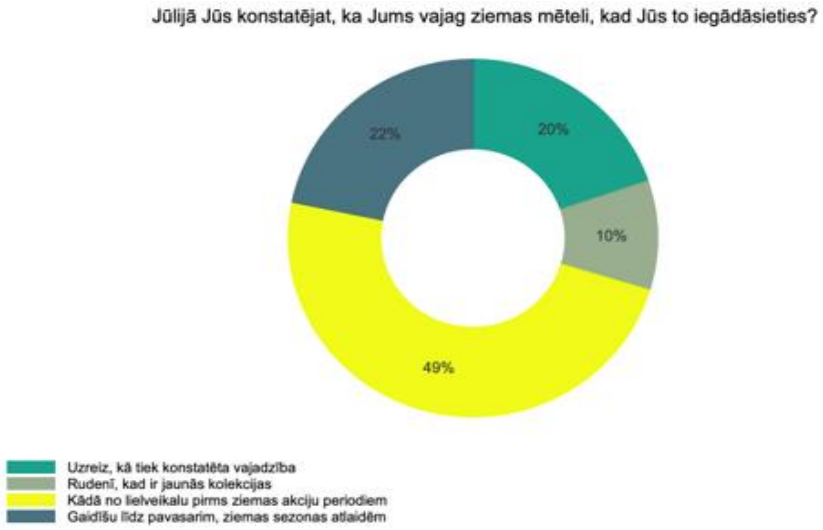
4. att. Respondentu atbilde uz apgalvojumu "Man labāk patīk iepirkties lielos veikalos, nekā mazos." (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Tikpat svarīgi bija noskaidrot, vai patērētāji vairāk pērk preces uz atlaidēm vai pamata cenas. Šis jautājums bija svarīgs, lai padziļinātāk saprastu patērētāju iepirkšanās paradumus. Uz apgalvojumu "vairāk pērku preces uz atlaidēm" vairums jeb 63 % atbildēja apstiprinoši, no kuriem 12 % pilnīgi piekrita apgalvojumam. 32 % izvēlējās daļēji piekrist apgalvojumam un 5 % noraidīja apgalvojumu (5. att.).



5. att. Respondentu atbilde uz apgalvojumu "Vairāk pērku preces, kas ir uz atlaidēm." (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Darba autore uzdeva jautājumu par liela pirkuma veikšanu, respektīvi, kad tas tiek veikts? Uzreiz kā konstatēta vajadzība pēc šīs preces, vai tiek gaidīts kāds akciju periods? Gandrīz puse no respondentiem jeb 49` % atbildēja, ka pirks to kādā no lielveikalu pirms ziemas akciju periodiem. 22 % gaidīs līdz pavasarim un vecās kolekcijas izpārdošanas akcijām. 20 % atbildēja, ka iegādāsies to uzreiz kā tiks konstatēta šī vajadzība. Un tikai 10 % to iegādāsies rudenī, kad parādās jaunās kolekcijas. Arī šis jautājums viesa darba autorei lielāku skaidrību par patērētāju rīcību iepērkoties un apliecināja, ka atlaidēm un akcijas periodiem ir liels spēks (6. att.).



6. att. Respondentu atbilde uz jautājumu par liela pirkuma veikšanu (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Lai spētu vairāk izprast patērētāju iepirkšanās paradumus, darba autore izvirzīja apgalvojumu: "vairāk pērku preces uz atlaidēm". Kopā 63 % jeb lielākā daļa respondentu atbildēja apstiprinoši uz šo apgalvojumu, no kuriem 12 % pilnīgi piekrita apgalvojumam. 32 % izvēlējās daļēji piekrist apgalvojumam un 5 % noraidīja apgalvojumu. (7. att.)

7. att. Respondentu atbilde uz autores izvirzīto apgalvojumu. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

1. Pēc iesniegtajām atbildēt var secināt, ka populārākās vecuma grupas, kas apmeklē tirdzniecības centrus ir 18–30 gadi un 31–40 gadi. Apskatot tirdzniecības centra "Domina" mērķauditorijas vecuma grupu, kas ir 25–45 gadu veci apmeklētāji, var secināt, ka lielākā daļa uzrunāto respondentu iekļāvās šajā vecuma grupā.

2. Patērētājs iepērkoties nepievērš tik lielu nozīmi preces/pakalpojuma reklāmai, kā, iespējams, preces ražotājs vai pakalpojuma sniedzējs to vēlētos.
3. Apkopojot aptaujas datus, var secināt, ka patērētājiem vairāk patīk apmeklēt lielos tirdzniecības centrus.
4. Balstoties uz aptaujas sniegtajiem datiem, lielākā daļa patērētāju meklē izdevīgākos preču piedāvājumus jeb atlaides.
5. Konstatējot vajadzību pēc kādas lielas preces, vairums patērētāju gaidīs tai precei atlaidi, tikai piektā daļa veiks šo pirkumu uzreiz.
6. Pētījuma rezultātā apstiprinājās autores izvirzītā hipotēze – ka patērētāji vairāk iepērkas akciju periodos un atliek lielu pirkumi iegādi līdz tam.

Priekšlikumi

1. Preču ražotājiem un pakalpojumu sniedzējiem ir jāatceras koncentrēties, galvenokārt, uz kvalitāti, tas ir tas, kam patērētāji pievērš pastiprinātu uzmanību. Mūsdienu patērētājs iegūst informāciju par preci vairāk veidos nekā agrāk. Sliktas vai, tai skaitā, labas atsauksmes var sniegt daudz vairāk zaudējumu/ienākumu ražotājiem nekā reklāmas kampaņas.
2. Patērētāji ir tendēti uz izdevīgāko preču/pakalpojumu atrašanu. Ražotājiem un pakalpojumu sniedzējiem ir jāpēta savi konkurenti, lai laikus varētu uztaisīt kādu kampaņu vai piešķirt atlaides un dabūt šo patērētāju pie sevis.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Apinis, M. (2023). Inflācija pircējus fokusē uz "akcijas precēm". [skat. 02.04.2023.] Pieejams: https://neatkariga.nra.lv/ekonomika/406065-inflacija-pircejus-fokuse-uz-akcijas-precem
2. Apinis, M. (2023). Patēriņš pagaidām pasargā ekonomiku pret kritumu. [skat. 03.04.2023.] Pieejams: https://neatkariga.nra.lv/ekonomika/410329-paterins-pagaidam-pasarga-ekonomiku-pret-kritumu
3. Fantoni, R., Hoefel, F., Mazzarolo, M. (2014) The future of the shopping mall. [skat. 25.03.2023.] Pieejams: https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-future-of-the-shopping-mall.
4. Lally P., Cornelia H. M. van Jaarsveld, Potts, H. W. W., Wardle, J. (2009). Kā veidojas ieradumi: ieradumu veidošanās modelēšana reālajā pasaulē. [skat. 25.03.2023.], Pieejams: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/ejsp.674
5. LSM (2022). Cilvēku iepirkšanās paradumos pandēmijas ietekme aizvien jūtama, inflācijas sekas vēl gaidāmas. [skat. 01.04.2023.], Pieejams: https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/cilveku-iepirksanas-paradumos-pandemijas-ietekme-aizvien-jutama-inflacijas-sekas-vel-gaidamas.a459456/
6. Marketing Business News (2017) Iepirkšanās tiešsaistē – definīcija un nozīme. [skat. 28.12.2022.], Pieejams: https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/online-shopping-definition-meaning/
7. Sameeha M.S.F., Milhana U.L. (2021). Salīdzinošs pētījums par tradicionālo iepirkšanos un tiešsaistē. [skat. 01.04.2023.], Pieejams: http://ir.lib.seu.ac.lk/bitstream/123456789/5957/1/K2021_ISSUE-4%20%288-14%29.pdf
8. Vozņuka, J. (2021). Vaduguns Nr. 87 (2021, 12. novembris), 12. lpp. ISSN 1407-9844.

Evija Eihvalde. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE SIA "XXX"

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Grāmatvedība", e-pasts: evija.eihvalde@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: balstoties uz likumdošanu, inventarizācijas metodes, inventarizācijas veikšanas kārtība, rezultātu dokumentēšanas un inventarizācijā atklāto starpību iegrāmatošanas kārtībai uzņēmumā ir jābūt skaidrai, saprotamai un pilnvērtīgai. Veicot nekvalitatīvu inventarizāciju, kas ietver neprecīzu datu atspoguļojumu, var tikt neprecīzi aprēķināta preču/pakalpojumu pašizmaksa, neprecīzi aprēķināta maksājamā nodokļu summa, kā arī datu neprecizitāti ļaunprātīgi var izmantot trešās puses.

Pētījuma mērķis: izpētīt inventarizācijas procesa teorētiskos aspektus un izstrādāt priekšlikumus kvalitatīvai inventarizācijas gaitai pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: loģiski-konstruktīvā metode, novērojumu metode, analīzes metode, monogrāfiskā jeb aprakstošā metode, kvantitatīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autore pēta un analizē inventarizācijas instrukciju un inventarizācijas procesa laiku grafiku, kas ir apstiprināts SIA "XXX" uzņēmumā. Otrajā daļā darba autore praktiski pēta un raksturo pētāmā uzņēmuma inventarizācijas sarakstus un citus dokumentus, kas pierāda inventarizācijas veikšanas faktu un objektu inventarizāciju, analizēja to atbilstību normatīvo aktu prasībām. Trešajā daļā darba autore pēta grāmatvedībā iesniegtos inventarizācijas dokumentus un pārbauda, vai tie ir sagatavoti atbilstoši uzņēmuma vadītāja apstiprinātajām instrukcijām. Darba autores priekšlikums ir pilnveidot, papildināt, kontrolēt inventarizācijas noteikumu ievērošanu organizācijas ikdienas darbā, lai veicot inventarizāciju procesus, tā būtu izdarāma ar labākiem rezultātiem.

Atslēgas vārdi: *grāmatvedība, normatīvie akti, uzskaite, inventarizācija*

Ievads

Inventarizācija ir gada pārskata pamats un no inventarizācijas precizitātes un grāmatvedības uzskaites pamatprincipu ievērošanas ir atkarīga gada pārskata kvalitāte. Gada pārskats atspoguļo kāds ir uzņēmuma finansiālais un materiālais stāvoklis. Uzņēmuma vadītājs ir atbildīgs par inventarizācijas norises gaitu, izveido inventarizācijas komisijas, kuru uzdevums ir veikt inventarizējamo objektu – uzņēmuma īpašumā vai lietojumā esošās mantas – faktiskā stāvokļa pārbaudi pa uzņēmuma struktūrvienībām vai pa mantas veidiem, kā arī veikt uzņēmuma saistību pārbaudi. Uzņēmuma vadītājs ar rakstisku rīkojumu izveido vienu vai vairākas inventarizācijas komisijas visas uzņēmuma mantas un saistību inventarizēšanai. Nosakot inventarizācijas priekšsēdētāju un komisijas locekļu personālsastāvu, norises laiku, inventarizācijas dokumentēšanas termiņu.

Inventarizācija ir veids, kā pārbaudīt uzņēmuma bilancē esošo vērtību atbilstību faktiskajam daudzumam, to saglabātību un glabāšanas pareizību, kā arī saistību un debitoru parādu atbilstību grāmatvedības uzskaites datiem. Inventarizācija ir viens no vislabākajiem iekšējās kontroles mehānismiem:

- īpašuma saglabātībai;
- saimniecisko darījumu un saistību norēķinu pilnīgumam un savlaicīgumam;
- lai savlaicīgi atklātu kļūdas grāmatvedībā un izdarītu labojumus grāmatvedības uzskaites un pārskatu datos.

Darba mērķis ir padziļināti izpētīt likumdošanu un teoriju par inventarizācijām, lai būtu pamats izstrādāt secinājumus un priekšlikumus inventarizācijas uzlabošanai uzņēmumā.

Lai sasniegtu darbā izvirzīto mērķi, darba autore izvirzīja četrus uzdevumus:

1. Izpētīt inventarizācijas instrukciju un inventarizācijas procesa laiku grafiku pētāmajā uzņēmumā;
2. Apkopot teorētiskās izpētes rezultātus inventarizācijas sarakstus un citus dokumentus, kas pierāda inventarizācijas veikšanas faktu;
3. Izpētīt grāmatvedībā iesniegtos inventarizācijas dokumentus un pārbaudīt, vai tie ir sagatavoti atbilstoši uzņēmuma vadītāja apstiprinātajām instrukcijām;
4. Formulēt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus kvalitatīvai inventarizācijas gaitai pētāmajā uzņēmumā.

Veicot uzņēmuma inventarizācijas izpēti, tika izmantota loģiski-konstruktīvā metode, analīzes metode, monogrāfiskā jeb aprakstošā metode, kvalitatīvā pētījuma metode.

Inventarizācijas raksturojums

Inventarizāciju apvienojot ar kontu pārbaudi, tā tiek veikta plašākā mērogā nekā daudzviet pieņemts. Bez visu kontu pārbaudes (inventarizācijas) nav iespējams noslēgt pārskata gadu, jo nav pārliecības, ka grāmatvedībā ir reģistrēti visi saimnieciskie darījumi, ka visos kontos ir uzrādītas pareizās summas, ir apzināta un iegūta visa informācija, kas varētu ietekmēt gada pārskatos uzrādītos datus un ka darījumi ir pareizi klasificēti (Gulbe, 2014).

Uzņēmuma gada pārskata slēguma inventarizāciju drīkst veikt trīs mēnešu laikā pirms pārskata gada beigu dienas vai mēneša laikā pēc tās, pārrēķinot inventarizācijas dienā konstatētos atlikumus atbilstoši grāmatvedības datiem pārskata gada pēdējā dienā. Inventarizācijas rezultātus ieraksta grāmatvedības reģistros līdz gada pārskata parakstīšanas datumam (likums "Par grāmatvedību" 17. pants), ja ir iespējams grāmatvedībā iegūt datus pa materiālo vērtību veidiem (to daudzumu, vērtību) un salīdzināt tos ar dabā saskaitītajiem. Tātad, ja pārskata perioda beigu datums ir 31. decembris, inventarizāciju var veikt no 1. oktobra līdz 31. janvārim. Savlaicīgi inventarizāciju var veikt debitoru un kreditoru atlikumiem, ilgtermiņa ieguldījumiem, krājumiem (ja ir noliktavas uzskaite). Vadītājs, bez šīs obligātās ikgadējās inventarizācijas, var nozīmēt papildu inventarizācijas, periodiskās inventarizācijas, ārkārtas inventarizācijas (ja konstatēta zādzība, materiālo vērtību bojāšana, plūdi, ugunsgrēks vai cita stihiska nelaime). Šo papildus inventarizāciju nosaka uzņēmuma vadītājs.

Inventarizācijas gaitu katrā konkrētā gadījumā uzņēmumā nosaka uzņēmuma inventarizācijas noteikumi, kurus apstiprina vadītājs. Šajos noteikumos jāparedz inventarizācijas sagatavošanas, veikšanas un dokumentēšanas termiņi un kārtība.

Inventarizācijas process iedalās trīs posmos:

- sagatavošanās inventarizācijai;
- inventarizācijas procedūras;
- inventarizācijas noslēguma darbības.

Inventarizācija ir jāveic visiem bilances posteņiem, nemateriālajiem ieguldījumiem, piemēram: datorprogrammām, licencēm, preču zīmēm, patentiem. Pamatlīdzekļiem: ēkām, būvēm, iekārtām. Ilgtermiņa un īstermiņa finansiālajiem ieguldījumiem, krājumiem, debitoru un kreditoru parādiem, skaidras naudas līdzekļiem, kā arī pašu kapitālam.

Normatīvajos aktos ar inventarizāciju un tās norisi saistītie jautājumi ir aprakstīti: likumā "Par grāmatvedību" III nodaļa; Ministru kabineta (MK) noteikumos Nr. 877 "Noteikumi par grāmatvedības kārtošanu un organizāciju" (MK noteikumi Nr. 877). Likumā "Par grāmatvedību" (15. pants). Inventarizācijas mērķis ir uzņēmuma mantas faktiskā stāvokļa un uzņēmuma saistību pārbaude konkrētā datumā un grāmatvedības datu saskaņošana ar inventarizācijas rezultātiem. To, kā uzņēmumā veic inventarizāciju, nosaka grāmatvedības organizācijas dokumentā – inventarizācijas instrukcijā (MK noteikumu Nr. 877 9.3 sadaļā). Inventarizācijas instrukcijās nosaka pārskata gada slēguma inventarizācijas sagatavošanas, veikšanas un dokumentēšanas termiņus un kārtību (MK noteikumu Nr. 877 78. punkts). Prasības inventarizācijas norises kārtībai un dokumentu noformēšanai ir noteiktas (MK noteikumu Nr. 877 9.2 sadaļā) "Inventarizācijas norises kārtība". Svarīgi atcerēties, ka inventarizāciju veic ne tikai kvantitatīvi, saskaitot materiālās vērtības, bet arī pārbaudot kvalitatīvi.

Saistībā ar inventarizācijas instrukciju, autore vēlas atzīmēt, ka uzņēmuma vadītājs rakstveida rīkojumā nosaka inventarizācijas komisijas sastāvu, inventarizācijas uzsākšanas un pabeigšanas termiņus. Inventarizāciju jāveic materiāli atbildīgās personas klātbūtnē, aizliegts veikt inventarizāciju, ja komisija nav pilnā sastāvā. Līdz inventarizācijas dienai jābūt pabeigtai visu attaisnojuma dokumentu apstrādei par vērtību saņemšanu un nodošanu, veiktiem visiem ierakstiem analītiskās uzskaites dokumentos un aprēķinātiem atlikumiem. Persona, kura ir atbildīga par vērtību saglabāšanu, ar parakstu apliecina, ka līdz inventarizācijas uzsākšanai visi vērtību saņemšanas un izsniegšanas dokumenti ir iereģistrēti un nodoti grāmatvedībā, kā arī parakstās tās personas, kurām ir izsniegtas avansa summas materiālo vērtību iegādei vai pilnvaras materiālo vērtību saņemšanai.

Inventarizācijas komisijas vispirms:

- iepazīstas ar inventarizācijas nolikumu un inventarizācijas sarakstiem, par iepazīšanos parakstās;
- atbilstoši inventarizācijas plāniem veic pārbaudes, apkopo inventarizācijas rezultātus;
- sagatavo priekšlikumus par inventarizācijas veikšanu un inventarizācijā konstatēto trūkumu novēršanas metodēm.

Ja vērtību inventarizācija nav pabeigta vienā dienā, telpas, kur tiek glabātas vērtības, inventarizācijas komisijai izejot, tās jāaizzīmogo. Inventarizācijas rezultātus jāatspoguļo inventarizācijas sarakstos divos eksemplāros, no kuriem viens paliek pie materiāli atbildīgās personas. Inventarizācijas sarakstos nepieciešama sekojoša informācija:

- dokumenta nosaukums;
- uzņēmuma nosaukums;
- numurs;
- sastādīšanas datums;
- pamatojums;
- vērtību un objektu numuri (kodi), nosaukumi, daudzums, cena, summa;
- inventarizācijas komisijas un materiāli atbildīgo personu paraksti.

Inventarizācijas saraksti jāsastāda skaidri un saprotami. Ja sarakstos tiek veikti labojumi jābūt redzamam to sākotnējam saturam, labojumus veic abos saraksta eksemplāros – svītrojot nepareizos ierakstus, uzrakstot pareizos, uzrādot, kas labojis, kad un kāpēc labots. Labojumi jāparaksta visiem inventarizācijas komisijas locekļiem un materiāli atbildīgām personām. Inventarizācijas sarakstu pēdējās lappusēs neizpildītās rindas jāpārsvītro.

Inventarizācijas komisija iesniedz priekšlikumus komisijas priekšsēdētājam, kurš izskata:

- vai ir iesniegti inventarizācijas saraksti attiecībā uz visiem rīkojumā norādītajiem inventarizējamiem objektiem un bilances posteņiem;
- vai inventarizācijas saraksti noformēti atbilstoši inventarizācijas instrukcijai;
- vai iegūtie inventarizācijas rezultāti noteikti atbilstoši inventarizācijas instrukcijai;
- vai iesniegtie paskaidrojumi un priekšlikumi ir pamatoti;
- ja konstatē neatbilstības, pieprasa atbildīgajām personām sniegt skaidrojumus un veikt korekcijas.

Pēc objektu vai bilances posteņu inventarizācijas pabeigšanas inventarizācijas komisijas priekšsēdētājs iesniedz tos grāmatvedībā. (MK noteikumi Nr. 877. 91. pants). Atbildīgais grāmatvedis salīdzina inventarizācijas sarakstos konstatēto ar grāmatvedības datiem un sagatavo kopsavilkumu. Inventarizācijas ir jāiegrāmato uzņēmuma grāmatvedības kontos pēc iespējas ātrāk, bet ne vēlāk kā 20 dienu laikā pēc mēneša beigām, kurā inventarizācija tika veikta. Pārskata gada slēguma inventarizācijas rezultāti obligāti jāattiecina uz pārskata gadu un jāiegrāmato ar pārskata gada beigu dienas datumu, arī ja inventarizācija faktiski notikusi vai tās rezultāti konstatēti pēc šīs dienas (Grāmatvedības kārtošanas noteikumi Nr. 877). Inventarizācijas rezultāti (kārtējās, gada laikā veicamās) jāatspoguļo tā mēneša uzskaitē, kurā pabeigta inventarizācija, bet gada inventarizācijas rezultāti gada grāmatvedības uzskaitē. Uzņēmuma grāmatvedība sastāda salīdzināšanas sarakstus, kuros norāda inventarizācijā konstatēto grāmatvedības uzskaites un inventarizācijas sarakstu datu starpību, lai saskaņā ar inventarizācijas rezultātiem varētu precizēt ierakstus grāmatvedības kontos. Visas inventarizācijā konstatētās novērtējuma starpības iegrāmato saskaņā ar uzņēmuma vadītāja norādījumiem.

Pēc inventarizācijas starpību atspoguļošanas finanšu grāmatvedībā un krājumu uzskaites sistēmā ir jābūt spēkā sakarībai:

- Krājumu kopējā vērtība finanšu grāmatvedības virsgrāmatas kontos;
- Krājumu atlikumi grāmatvedības datorprogrammas modulī: analītiski un kopējā vērtība;
- Faktiskie krājumu atlikumi: analītiski un kopējā vērtība;
- Krājumu atlikumi krājumu uzskaites datorsistēmā: analītiski un kopējā vērtība.

Grāmatvedības dokumentu glabāšanas laiks inventarizācijas sarakstiem, grāmatvedības reģistriem un grāmatvedības organizācijas dokumentiem – 10 gadi (Grāmatvedības likums).

Pētījuma metodoloģija

Pētījums veidots kā kvantitatīvs pētījums. Veicot pētījumu, autore veica inventarizācijas reglamentējošo dokumentu, literatūras un normatīvo aktu analīzi, lai padziļināti izpētītu inventarizācijas procesu, nolikumu un instrukciju par inventarizāciju. Starp pētījuma metodēm tika izmantota arī loģiski-konstruktīvā pētījuma metode.

Pētījuma rezultāti

Lai nodrošinātu grāmatvedības uzskaites datu pārbaudi, uzņēmumā tiek veiktas inventarizācijas saskaņā ar uzņēmuma vadītāja izdotu rīkojumu par inventarizāciju, kurā nosaka materiālo vērtību veidu inventarizāciju un inventarizācijas rezultātu iesniegšanas termiņus grāmatvedībā. Uzņēmumā ir izveidota inventarizācijas komisija, kas sastāv no trīs komisijas locekļiem un komisijas priekšsēdētaja, kuru klātbūtnē kopā ar materiāli atbildīgo personu tiek veikta inventarizācija.

2022. gadā ar rakstisku rīkojumu uzņēmumā SIA "XXX" inventarizācijas dienas datums ir noteikts pārskata gada 1. decembris. Rīkojumam pielikumā tiek pievienots inventarizācijas

grafiks un materiāli atbildīgās personas. Sākuma datums inventarizācijai grafikam ir noteikts pārskata gada 1. decembris un beigu datums – pārskata gada 30. decembris. Inventarizācijas sarakstos jāatspoguļo dati pēc faktiskā stāvokļa uz 1. decembri un apstrādātie, apstiprinātie inventarizācijas dokumenti un saraksti ir jāiesniedz grāmatvedībā 20 dienu laikā.

Autorei veicot materiālo inventarizāciju, tika konstatēts, ka mazvērtīgais inventārs ne vienmēr tiek apzīmēts ar inventāra numuru, jo materiālā vērtība tiek lietota, bet uzlīmējamais inventāra numurs grāmatvedībā nav izņemts.

Nemateriālo ieguldījumu inventarizācija tika veikta, salīdzinot grāmatvedības uzskaites dokumentus ar nemateriālo ieguldījumu dokumentāciju. Datorprogrammu inventarizācija veikta, salīdzinot grāmatvedības dokumentos uzskaitītās datorprogrammas ar datoros uzstādītajām programmām. Par datorprogrammu inventarizāciju sastādīti salīdzināšanas akti. Aktā ir uzrādītas datorprogrammu licences un to lietošanas termiņi.

Par norēķiniem ar debitoriem inventarizācija veikta. Pa norēķinu kontiem ir sastādīti inventarizācijas akti un salīdzināšanas akti.

Skaidrās naudas līdzekļu inventarizācija veikta SIA "XXX'' kasē pēc stāvokļa 2022. gada 31. decembri. Naudas līdzekļi bankās salīdzināti ar interneta banku izdrukām.

Zembilances kontu inventarizācija veikta pēc stāvokļa 2022. gada 31. decembri.

Par norēķiniem ar kreditoriem inventarizācija veikta pa norēķinu kontiem, ir sastādīti inventarizācijas akti un salīdzināšanās akti.

Krājumu uzskaite SIA "XXX" tiek kārtota datorizēti: izmantojot grāmatvedības datorprogrammu "HORIZON", kuru izmantošanas tiesības apliecina attiecīgā licence.

SIA "XXX" iepirktos preču krājumus iegrāmato un uzskaita to iegādes vērtībā. Iegādes vērtība ir vienāda ar pirkšanas cenu, pamatojoties uz preču pavadzīmēm, rēķiniem un citiem attaisnojuma dokumentiem par krājuma iegādi.

SIA "XXX" uzņēmumā tiek lietota periodiskā krājuma inventarizācijas metode, finanšu grāmatvedības reģistros tiek uzskaitītas tikai krājuma atlikuma izmaiņas. Par uzskaitītajām starpībām materiāli atbildīgajām personām uzņēmuma vadītājam ir jāiesniedz paskaidrojumi, uz kura pamata uzņēmuma vadītājs apstiprina ar rīkojumu par preču zudumu kompensāciju.

Zināms, ka gada beigas ir viens no saspringtākajiem periodiem grāmatvedībā. Līdz ar to, kad kolēģi ir pabeiguši inventarizāciju, tieši grāmatvedībai ir jārod laiks detalizēti, šo informācijas pārbaudei, ievadei sistēmā un nepieciešamo resursu kustības dokumentu izveidei. Augstākminētie uzdevumi aizņem vairākas darba dienas, veicot manuālu datu pārrakstīšanu un salīdzināšanu.

Secinājumi

SIA "XXX" vadībai jāizdod rīkojums, nosakot par pienākumu materiāli atbildīgajām personām sekot, lai visas viņu atbildīgā glabāšanā esošās materiālas vērtības būtu apzīmētas ar inventāra numuriem mēneša laikā pēc rīkojuma izdošanas. Papildus nosakot arī turpmāku, regulāru inventāra marķēšanu ar inventāra numuriem. Papildus vadībai jānosaka par pienākumu grāmatvedībai sekot līdzi, vai pie materiālo vērtību iegādes, dokumentu noformēšanas grāmatvedībā, tiek izņemts inventāra numurs.

Pētāmajā uzņēmumā inventarizācijas tiek veiktas formāli – pēc sistēmas atlikumiem, bieži vien neveicot faktisku inventarizāciju. Atbilstoši likumdošanai, inventarizācija obligāti uzņēmumā ir jāveic vismaz vienu reizi pārskata gadā (MK noteikumi Nr. 877, 81. punkts) Uzņēmumam jāorganizē inventarizācijas rezultātu kontrolpārbaude, neatbilstības gadījumā nosakot atkārtotas inventarizācijas pārbaudi.

Darba autore iesaka SIA "XXX" uzņēmuma vadītājam ieviest uzņēmumā krājuma analītisko uzskaiti, pēc kā sastāda salīdzinājuma pārskatus par to krājumu nomenklatūru, kurai inventarizācijas rezultātā ir atklājušās novirzes. Pārskatos uzrādāmi iztrūkumi, pārpalikumi un šķiru maiņa, starpību novērtējot pēc uzņēmuma lietotās krājuma novērtēšanas metodes. Faktiskos krājumu inventarizācijas rezultātus salīdzinot ar krājumu uzskaites datiem, starpība ir izskaidrojama ar analītiskās informācijas ievadīšanas kļūdām krājumu analītiskās uzskaites sistēmas datu bāzē, kuras labo koriģējot krājuma daudzumu, to vērtību, iztrūkumus sedzot ar pārpalikumiem. Datu bāzē ne vēlāk kā līdz 2023. gada 31. decembrim veicami arī labojumi attiecībā uz faktiskajiem preču iztrūkumiem un pārpalikumiem. Korekcija veicama arī finanšu grāmatvedības reģistros, jo tā ietekmē gan pārdoto preču pašizmaksu aprēķinā, gan krājumu atlikumu bilancē.

Inventarizācijas kārtību katrā konkrētā gadījumā uzņēmumā nosaka uzņēmuma inventarizācijas noteikumi, kurus apstiprina tās vadītājs. Šajos noteikumos jāparedz inventarizācijas sagatavošanas, veikšanas un dokumentēšanas termiņi un kārtība, bet šajā konkrētajā uzņēmumā nav līdz galam izstrādāti noteikumi par inventarizācijas veikšanas kārtību ir daudz nepilnību, kas būtu jāuzlabo. Nav atrunāts, piemēram, kā rīkoties, ja kāds no komisijas locekļiem attaisnotas prombūtnes dēļ nevar ierasties konkrētajā inventarizācijas veikšanas datumā.

Vairāki IT sistēmu ražotāji piedāvā elektroniskus risinājumus, kas ar aplikāciju/programmu palīdz veikt inventarizāciju. Izmantojot svītrkodus, tiek fiksēts pamatlīdzeklis un programmā iespējams veikt izmaiņas. Populārākās grāmatvedības sistēmas piedāvā šādu risinājumu jau savienotu ar uzskaites sistēmu, lai process būtu pilnībā automatizēts un informācija grāmatvedībā nonāktu automātiski un dokumentus varētu ģenerēt, nevis veidot. Balstoties uz iepriekšminēto, uzņēmuma vadītājam darba autore iesaka izveidot darba grupu IT sistēmu, funkcionalitātes, izmaksu izpētei ar mērķi iegādāties IT sistēmu uzņēmuma vajadzībām, inventarizācijas procesu sakārtošanai un atvieglošanai.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Gulbe, S. (2014). Gada pārskata svarīgākais posms – inventarizācija. [skatīts 06.01.2023.] Pieejams: https://www.grantthornton.lv/globalassets/1.-member-firms/latvia/pdf/s.gulbe-raksts_inventarizcija_12.2014.pdf
2. Inventarizāciju noteikumi un instrukcijas (2022). [skatīts 06.01.2023.] Pieejams: https://ifinanses.lv/irokasgramatas/gramatvedibas-organizacijas-dokumentu-izstradasana/57/14-nodala-inventarizaciju-noteikumi-un-instrukcijas/122
3. LR likums "Par grāmatvedību" (spēkā esošā redakcija). [skatīts 03.01.2023.] Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/324249-gramatvedibas-likums
4. LR Ministra kabineta noteikumi Nr. 877 " Noteikumi par grāmatvedības kārtošanu un organizāciju" (2022). [skatīts 03.01.2023.] Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/328707-gramatvedibas-kartosanas-noteikumi
5. Visma Latvia (2019) Ikgadējā inventarizācija – kā izdarīt ātrāk? [skatīts 06.01.2023.] Pieejams: https://www.visma.lv/blogs/ikgadeja-inventarizacija/

Imants Matulis. PĀRDOŠANAS STRATĒĢIJAS PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība", e-pasts: imants.matulis@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: pētāmais uzņēmums darbojas ražošanas nozarē, kur galvenie izejmateriāli ir tērauda loksnes biezumā no 1 līdz 50 mm, tērauda profili (kvadrātcaurules, taisnstūra caurules, tērauda leņķi, apaļas caurules diametrā līdz 400 mm, tērauda sijas un citi tērauda izstrādājumi). Veiksmīgai uzņēmuma attīstībai nepieciešama pielāgota pārdošanas stratēģija strauji mainīgajās gan lokālajās, gan vispasaules krīžu ietekmēs. 2022. gada februāra beigās pēc Krievijas armijas iebrukuma neatkarīgajā Ukrainā tērauda produkcijai cenas trīskāršojās, kā rezultātā uzņēmuma klienti apturēja gan apstiprinātos, gan jaunos iepirkumus, kā rezultātā uzņēmumam radās dīkstāve. Pārdošanas stratēģijas pilnveide dotu iespēju formulēt iespējamos rīcības scenārijus, kas palīdzētu ilgtermiņā strādāt ar noslodzi un konkurēt, noteikt attīstības virzienu, mazinot dīkstāves draudus arī mainīgos ekonomiskos un politiskos apstākļos.

Pētījuma mērķis: izstrādāt priekšlikumus pārdošanas stratēģijas pilnveidei pētāmajā metālapstrādes uzņēmumā.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā metode, datu savākšanas metode, grafiskā metode, sintēzes metode, loģiski-konstruktīvā metode, induktīvā metode un deduktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: pētījums sastāv no trīs daļām, kur pirmajā daļā darba autors pēta un analizē ražošanas uzņēmuma esošo pārdošanas stratēģiju. Otrajā daļā darba autors praktiski pēta un raksturo teorētiskās pārdošanas stratēģijas, analizē to atbilstību ražošanas uzņēmuma esošajai pārdošanas stratēģijai. Trešajā daļā darba autors pēta krīžu ietekmi uz pārdošanas tirgu, kas attiecas uz pētāmo uzņēmumu un raksturo to ietekmi. Pētījuma izstrādes gaitā darba autors secina, ka pētāmajā uzņēmumā ir nepilnīgi izstrādāta pārdošanas stratēģija, kuras būtiskākais trūkums ir nelietderīgi izmantots pārdevēju laiks un nav definēti mērķa klienti. Darba autora priekšlikums ir papildināt pārdošanas stratēģiju ar nepieciešamo informāciju par izejvielas iepirkšanu ne tikai no vienas valsts vai viena reģiona, bet apzināt un izveidot sadarbību ar visiem potenciālajiem pasaules piegādātājiem. Papildināt pārdošanas stratēģiju ar *krīzes cenu politiku*, kā piemēram, kad būtiski samazinātos pieprasījums, tad cena tiktu noteikta: pašizmaksa + 3 %. Nepieciešams stratēģiju papildināt ar uzņēmuma klientu definēšanu, piemēram pāriet no B2B (*Business to Business*) pārdošanas modeļa uz B2C (*Business to Consumer*). Papildināt stratēģiju ar konkurentu izvērtēšanas kritērijiem – tirgus daļa, cenas, mārketings, atšķirības, stiprās un vājās puses, ģeogrāfija, kultūra un klientu atsauksmes, vērtēšanu veikt vismaz reizi pusgadā. Papildināt ar mērķa tirgus pieprasījuma analīzi, kuru nepieciešams vērtēt reizi gadā. Identificēt uzņēmuma priekšrocības un uzņēmuma priekšrocību demonstrēšanu saskaņā ar mārketinga stratēģiju. Uzņēmuma vadītājam, tiešajam priekšniekam kontrolēt reizi mēnesī pārdošanas stratēģijas ievērošanu uzņēmuma ikdienas darbā.

Atslēgas vārdi: *pārdošanas stratēģija, ģeopolitiskā ietekme, pilnveide.*

Ievads

Darba autors gandrīz 3 gadus strādā tērauda konteineru, dažādu tvertņu, tērauda konstrukciju un to sastāvdaļu ražošanas jomā projekta vadītāja amatā un ir novērojis, ka metālapstrādes produkcijai strauji un vairākkārtīgi svārstās cenas dažādu krīžu (ekonomisko, epidemioloģisko, politisko, militāro un citu) rezultātā. Iepriekš minētā rezultātā katrā metālapstrādes uzņēmumā būtiska ir pārdošanas stratēģija.

Pētāmais uzņēmums ir SIA "X", tas ir dibināts 2008. gadā. SIA "X: piedāvā dažādu metāla konstrukciju (piemēram, silosu, konteineru, konusu u.c) izgatavošanu. Kā arī specializējas industriālo filtru, ventilācijas iekārtu, dažādu rāmju izgatavošanā. SIA "X" piedāvā dažāda tipa

metāla konstrukciju izgatavošanu. Piedāvājumu klāsts ir sākot no konteineriem ar manuālu iztukšošanu, beidzot ar 41 m^3 *hook* konteineriem. SIA "X" struktūrvienības nodarbojas ar industriālo montāžu, dažādiem celtniecības darbiem un jumtu remontdarbiem.

Uzņēmums veic tehnoloģisko iekārtu ražošanu dažādiem nolūkiem, konteineru ražošanu, spiedtvertņu ražošanu, metāla konstrukciju ražošanu, montāžas darbus Latvijā, Skandināvijā un Eiropā. Uzņēmumā esošās tehnoloģijas: griešana (CNC deggāzgriešana, CNC griešana ar plazmu, CNC lāzergriešana, griešana ar šķērēm, zāģēšana), mehāniskā apstrāde (frēzēšana, virpošana), metināšana (lokmetināšana ar pārklātu elektrodu, MIG/MAG metināšana, robota metināšana, TIG metināšana). Pārbaudes (nesagraujošās pārbaudes (NDT), vizuālā testēšana (VT), penetrācijas tests (PT), ultraskaņas tests (UT), magnētiskais tests (MT)), plastiskā deformācija (cauruļu locīšana, CNC lokšņu locīšana, valcēšana), virsmas apstrāde (skrošu strūkla, slapjā krāsošana).

SIA "X" darbības veidi ir gatavo metālizstrādājumu ražošana, metāla konstrukciju ražošana, metāla cisternu, rezervuāru un tilpņu ražošana, metālu mehāniskā apstrāde; virsmas apstrāde un pārklāšana.

Organizācijas stratēģiskajā hierarhijā pārdošanas stratēģija ir funkcionāli zemākajā līmenī, jo tās uzdevums ir palīdzēt sasniegt biznesa un korporatīvā līmeņa mērķus un atbalstīt uzņēmuma pamatdarbību. Tomēr tā ir nozīmīga, jo uzzīmē skaidru biznesa modeli darbā ar klientiem. Stratēģija formulē iespējamos rīcības scenārijus, kas palīdz ilgtermiņā strādāt ar noslodzi un konkurēt, noteikt attīstības virzienu un ir komunikācijas līdzeklis ar darbiniekiem. Pārdošanas stratēģija ir veids, kā organizācija strādā ar potenciālo un esošo pircēju un nosaka, kas ir mērķa klients, līdz ar to pārdevēji spēj labāk orientēties savā darbā. Tipiskākā kļūda Latvijas uzņēmumiem ir pārdevēju laika nelietderīga izmantošana, jo nav definēti mērķa klienti un notiek klientu intensīva uzrunāšana bez pārdošanas iespējām. Pārdošanas stratēģija bāzējas uz biznesa stratēģijas un vīzijas turpmākajiem 3 vai 5 gadiem (Lejiete, 2016).

Darba autors izvēlējās tematu – **Pārdošanas stratēģijas pilnveide ražošanas uzņēmumā**, jo autors strādā par projekta vadītāju un darba pienākumi ir saistīti ar pārdošanas stratēģijas īstenošanu uzņēmuma darbībā.

Darba mērķis ir izstrādāt priekšlikumus pārdošanas stratēģijas pilnveidei metālapstrādes uzņēmumā SIA "X".

Lai sasniegtu darba mērķi, darba autors nosaka šādus uzdevumus:

1. analizēt uzņēmuma esošo pārdošanas stratēģiju;
2. attiecināmās zinātniskās literatūras izpēte, analizējot pārdošanas stratēģijas pilnveidošanas atziņas dažādu autoru darbos un literatūras izpēte par krīžu ietekmi uz pārdošanas tirgu ražošanas uzņēmumiem;
3. analizēt uzņēmuma komercdarbību, saimnieciskās darbības rādītājus un to izmaiņas;
4. izstrādāt SVID (*SWOT*) analīzi;
5. izstrādāt priekšlikumus metālapstrādes uzņēmuma SIA "X" pārdošanas stratēģijas pilnveidei uzņēmumā SIA "X".

Pētījumā darba autors izmantoja šādas pētniecības metodes: monogrāfisko metodi, datu savākšanas metodi, grafisko metodi, sintēzes metodi, loģiski-konstruktīvo metodi, induktīvo metodi un deduktīvo metodi.

Būtiskākie priekšlikumi: papildināt pārdošanas stratēģiju ar nepieciešamo informāciju un kontrolēt pārdošanas stratēģijas ievērošanu uzņēmuma ikdienas darbā.

Analītiskais apskats

Mārketinga stratēģijas ir vienlīdz būtiskas visu veidu uzņēmumiem bez jebkādiem izņēmumiem – gan ražotājiem, gan mazumtirgotājiem, vairumtirgotājiem un pakalpojumu sniedzējiem. Mārketinga stratēģija ir kā detalizēta karte, kas liek darboties pareizā virzienā. Mārketings ir joma, kas progresē ļoti ātri, jo tehnoloģiju attīstība ir nepārtraukta, un tas ļauj mārketinga speciālistiem arvien dziļāk un dziļāk iespiesties katra cilvēka personīgajā pasaulē. Piemēram, tiešsaistes reklāmas pašlaik reaģē uz katra lietotāja "Google" meklēšanas rezultātiem un nodrošina personalizētus piedāvājumus, pamatojoties uz meklētajiem datiem. Mārketinga stratēģijas izstrādāšanā ir vismaz pieci vērā ņemami aspekti, un pēc šo piecu faktoru izvērtēšanas var sākt nākamo posmu – stratēģijas izstrādi:

1. Skaidri definēt, kas ir uzņēmuma klients – mēģināt iztēloties viņa vajadzības, vēlmes, alkas un ieradumus;
2. Izvērtēt, vai tirgū ir kādi netieši konkurenti – pat tad, ja viņu produkti vai pakalpojumi nedaudz atšķiras no tiešo konkurentu produktiem un pakalpojumiem, viņi tomēr cīnās ar to pašu jautājumu, ar ko uzņēmums – kā apmierināt tirgus pieprasījumu;
3. Vai uzņēmuma mērķa tirgū ir konkrēts pieprasījums – izvērtēt pieprasījumu, ko uzņēmuma vai konkurentu saimnieciskā darbība neapmierina;
4. Identificēt galvenās priekšrocības – definēt uzņēmuma produkta vai pakalpojuma galvenās priekšrocības attiecībā uz tirgus interesēm un vajadzībām – atrast pierādījumus uzņēmuma priekšrocību demonstrēšanai;
5. Atrast taustāmus pierādījumus uzņēmuma priekšrocību demonstrēšanai (AS SEB banka, 2014).

Tirgus stratēģija nosaka galvenos uzņēmuma tirgdarbības mērķus. Tirgus stratēģija izriet no uzņēmuma biznesa mērķiem, kuru sasniegšanai tā tiek izstrādāta. Tirgus stratēģijas mērķu īstenošanai tiek izstrādāts detalizētāks tirgvedības plāns. Tirgus stratēģija norāda "kas?" ir jāsasniedz, kamēr mārketinga plāns demonstrē "kā?" tas tiks izdarīts. Mārketinga stratēģijā iekļauj galvenos tirgus mērķus, pozicionējuma aprakstu, īstermiņa un ilgtermiņa tirgus mērķus. Stratēģijas dokumentā parasti iekļauj uzņēmuma aprakstu, tā biznesa mērķus, produkta unikālo pārdošanas piedāvājumu, tirgus un konkurentu apskatu, mērķa pircēju definīciju, produkta vai pakalpojuma galvenās īpašības, pozicionējuma mērķi, izvēlētos tirgdarbības kanālus un atvēlēto budžetu. Galvenie biznesa mērķi var būt produkta atpazīstamības celšana, ieiešana jaunā tirgū, pārdošanas apjomu palielināšana u.c. Neatkarīgi no izvēlētajiem mērķiem tiem jābūt definētiem izmērāmās vienībās, lai vēlāk varētu noteikt tirgdarbības kampaņu rezultātus (Vikipēdija, 2023).

Mārketinga stratēģija attiecas uz uzņēmuma vispārējo darbības plānu, lai sasniegtu potenciālos patērētājus un pārvērstu viņus par viņu produktu vai pakalpojumu klientiem. Mārketinga stratēģija satur uzņēmuma vērtību piedāvājumu, galvenos zīmola ziņojumus, datus par mērķa klientu demogrāfiju un citus augsta līmeņa elementus. Skaidrai mārketinga stratēģijai vajadzētu būt ap uzņēmuma vērtības piedāvājumu, kas patērētājiem paziņo par to, ko uzņēmums pārstāv, kā darbojas un kāpēc tas ir pelnījis viņu ieinteresētību. Mārketinga plāns ir dokuments, kurā detalizēti aprakstīti konkrēti uzņēmuma veikto mārketinga darbību veidi un iekļauti dažādu mārketinga iniciatīvu ieviešanas grafiki. Ideālā gadījumā mārketinga stratēģijām vajadzētu būt ilgākam mūžam nekā atsevišķiem mārketinga plāniem, jo tajās ir ietverti vērtības piedāvājumi un citi uzņēmuma zīmola galvenie elementi, kas parasti ir konsekventi ilgtermiņā. Citiem vārdiem sakot, mārketinga stratēģijas attiecas uz lielo attēlu ziņojumapmaiņu, savukārt mārketinga plānos ir noteiktas konkrētu kampaņu detaļas. Mārketinga stratēģijas galvenais mērķis ir panākt un paziņot ilgtspējīgas konkurences priekšrocības salīdzinājumā ar konkurējošiem uzņēmumiem, izprotot patērētāju vajadzības un vēlmes. Neatkarīgi no tā, vai tas ir drukas reklāmas noformējums vai sociālo mediju kampaņa, mārketinga aktivitātes var vērtēt pēc tā, cik efektīvi tās paziņo

uzņēmuma pamatvērtību piedāvājumu. Tirgus izpēte var palīdzēt noteikt konkrētas kampaņas efektivitāti un palīdzēt identificēt neizmantotās mērķauditorijas, lai sasniegtu zemākos mērķus un palielinātu pārdošanas apjomus (Promocase.lv, 2023).

Mārketinga stratēģija ir tā, kas vieno visas uzņēmuma mārketinga aktivitātes vienā veselumā, kā arī nosaka kopējās vadlīnijas, pēc kurām darboties un plānot mārketinga aktivitātes saskaņā ar kopējiem uzņēmuma mērķiem. Lai sasniegtu tos klientus, kurus ir jāsasniedz, ar labu produktu nepietiek, ir jābūt arī vienotai stratēģijai. Efektīvas stratēģijas radīšanai nepieciešama pamatīga tirgus izpēte, plānošana, analīze, pieredze un zināšanas. Mārketinga stratēģijas izstrāde sākas ar kopējās tirgus situācijas izpēti un analīzi. Izstrādājot mārketinga stratēģiju, ir jāaplūko arī uzņēmuma darbības sfēra – uzņēmuma nozares raksturojums un tās attīstība, konkurences līmenis, produkcija, tirgus segmenti, kuros uzņēmums atrodas vai plāno atrasties.

Mārketinga stratēģijas izstrādē var vadīties pēc sekojoša plāna:

1. Uzņēmuma mārketinga misijas noteikšana saistībā ar kopējo uzņēmuma misiju;
2. Mārketinga mērķu noteikšana. Svarīgi šos mērķus ir izteikt skaitliskā vai procentuālā formā, lai varētu kontrolēt to izpildi;
3. Finansiālo mērķu noteikšana. Šie mērķi ir bieži vien saistīti ar peļņas un apgrozījuma pieaugumu.
4. Mērķa tirgus noteikšana. Precīza mērķtirgus noteikšana ir jau puse no panākumiem, līdz ar to mērķtirgus ir jānosaka ļoti rūpīgi, ņemot vērā visas patērētāju raksturojošās īpašības un iespējamās rīcības konkrētā tirgū;
5. Produkcijas vai pakalpojuma tirgus pozicionējuma noteikšana.

Stratēģija nosaka mērķus, kas jāsasniedz. Taktika nosaka to, kā to izdarīt, savukārt programma ir darbības kopums, kas ir jāveic. Līdz ar to precīzi izstrādāts plāns ir ļoti būtiska stratēģijas sastāvdaļa (Alberta Uzņēmumu grupa, 2023).

Ražošanas uzņēmuma mārketinga stratēģijai vajadzētu saistīties ar konkrētiem spriedumiem un pārdomātām darbībām visās uzņēmuma nodaļās, kas no esošajām un potenciālajām iespējām ļauj iegūt maksimālu labumu. Mūsdienās tirgus turpina piedzīvot radikālas pārmaiņas – vispārējās ekonomisko procesu un tirgus globalizācija. Tirgum vairs nav robežu un praktiski nav iespēju ierobežojumu. Tirgus ir kļuvis globāls. Tas skar arī Latvijas uzņēmumus, it īpaši ražošanas uzņēmumus, kas realizē savu produkciju ne tikai vietējā tirgū. Tiem jāapzinās, ka viņi darbojas tirgū, kuram praktiski nav robežu, tajā skaitā iespēju robežu. Latvijas uzņēmumi pēc sava lieluma – pārsvarā mazie un vidējie uzņēmumi. Uzņēmumiem jāizvēlas stratēģija, kā darboties globālajā tirgū, jo: globālajā tirgū valda citādi spēles noteikumi nekā vietējā tirgū – tam nav ģeogrāfisko robežu, potenciālo klientu un pircēju loks ir praktiski neierobežots u.tml.; darbojoties globālajā tirgū, uzņēmums var strauji attīstīties, tai pat laikā, konkurence globālajā tirgū ir sīvāka un uzņēmumam ir jābūt skaidrai un elastīgai stratēģijai; ja uzņēmumam ir ambiciozi nākotnes plāni un tas plāno darboties ilgtermiņā, tam jāmainās un jāiet laikam līdzi. Ražošanas uzņēmumu mārketinga stratēģijām ir vairākas īpašības, kas saistītas tieši ar to ražojošo funkciju. Ražošanas uzņēmumiem svarīgie procesi un darbības ir atšķirīgi no darbībām un procesiem citu veidu uzņēmumos – tirdzniecības, pakalpojumu sniedzējos u.c. Darbā autors analizēs un pētīs dažādās mārketinga stratēģijas, kas piemērotas un nepieciešamas tieši ražošanas uzņēmumiem. Sniegs rekomendācijas par to pielietošanu, kas ir nepieciešamas, lai Latvijas ražošanas uzņēmumi varētu veiksmīgi darboties globālajā tirgu un būt konkurētspējīgi tajā (Ščeulovs, 2010).

Klasiski izdala piecus tirgvedības elementus jeb piecus P pasākumus. Šos pasākumus īsteno kompleksā vienoti: Produkts (*Product*); Cena (*Price*); Vieta (*Place*); Preces virzīšana tirgū jeb preces pārdošanas veicināšana (*Promotion*); Cilvēks (*People*) (Siņicins, 2005). Mārketinga plānam ir galvenā loma pasākumu vadīšanā un koordinēšanā. Tas parasti sākas ar tirgu, tirgus segmentu, produktu, konkurences apstākļu un izplatīšanas kanālu situācijas aprakstu. Tālāk, lai

atsegtu uzņēmuma vājās un stiprās puses, kā arī iespējamos šķēršļus un iespējas, šajā kontekstā tiek analizēta uzņēmuma iekšējā situācija. Šī analīze veido pamatu uzņēmuma mērķu nospraušanai, kur tiek konkrēti noteikts tirdzniecības apjoms, tirgus daļas un ienākumi. Pašā mārketinga stratēģijas daļā tiek nosauktas vispārējās vadlīnijas pasākumiem, kurus uzņēmums vēlas izmantot mērķu sasniegšanai, kamēr mārketinga programma detalizēti apraksta, kādus pasākumus, kad un kas tos īstenos un cik tas maksās. Plāna nobeigumā ir kontroles pasākumu apraksts, kuri ir jāveic, lai procesa gaitā novērtētu rezultātus. Rezultātus var, piemēram, mērīt kā ikmēneša tirdzniecības apjomu un ienākumus salīdzinājumā ar sākotnēji budžetā paredzētajiem. Ievērojamas novirzes no budžeta nozīmēs, ka uzņēmumam mārketinga programmā ir jāievieš izmaiņas, kuru mērķis ir vērst situāciju par labu. Ievērojamas pozitīvas novirzes no budžeta var likt uzņēmumam pastiprināt vai arī samazināt pasākumus, kas izraisa pārāk lielu tirdzniecības pieaugumu (Hofs, Marinska, 2002, 179.–180. lpp.).

Lieli uzņēmumi bieži sasniedz augstāku produktivitāti nekā mazāki uzņēmumi ekonomikas apjoma dēļ. Šādas ekonomikas rezultātā vienības izmaksas tiek samazinātas līdz līmenim, ar kuru mazāki uzņēmumi nevar sacensties. Vienības izmaksas sastāv no pastāvīgajām un mainīgajām izmaksām. Fiksētās izmaksas uz vienu vienību vienmēr samazināsies, palielinoties izstrādes apjomam. Mainīgās izmaksas uz vienību sākumā samazināsies, bet izstrādes apjomam tālāk palielinoties, tās pieaugs *atdeves samazināšanās likuma* dēļ (Shapiro, Dawson and Antell, 1990, p. 86).

Stratēģiskās plānošanas procesa mērķis ir sagatavot un apvienot uzņēmuma darbiniekus stratēģisko mērķu izpildei un metodes izvēlei un izveidot stratēģijas, kas uzņēmumam dotu ilgstošas konkurences priekšrocības. Par piemēru var minēt nākotnes produktu, noieta tirgus, organizācijas struktūras un izmantojamo resursu apjoma izvēli. Parasti stratēģisko plānu periods ir 3–5 gadi atkarībā no tā, kādā nozarē uzņēmums darbojas. Uzņēmumiem, kas strādā informācijas tehnoloģiju nozarē, plānošanas periods būs īsāks nekā uzņēmumiem, kas darbojas nozarēs, kurās nepieciešamas liela mēroga investīcijas (Hofs, Marinska, 2002, 441.–442. lpp.).

Taktiskajā plānošanas procesā ietilpst uzņēmuma īstermiņa plāni, un tie bieži vien izpaužas kā gada budžeti un ar tiem saistītie rīcības plāni. Uzņēmuma vadība un pārējie darbinieki vada uzņēmumu, uzraugot un kontrolējot ražošanas izpildi saskaņā ar plāniem (Hofs, Marinska, 2002, 442. lpp.).

Operatīvā plānošana ir taktiskās plānošanas daļa; tas ir detalizēts izpildes plāns, kura mērķis ir nodrošināt mērķu faktisku sasniegšanu. Tas ietver īstermiņa darba uzdevumu un pasākumu plānošanu, kas ir sadalīti pa ceturkšņiem, mēnešiem, nedēļām vai dienām. Kā piemēru var minēt attīstības nodaļas darbības trešā ceturkšņa plānu, tā paša ceturkšņa pārdošanas budžetu (plānu) uzņēmuma pārdevējiem, 42. nedēļas ražošanas plānu un ikdienas darbu operatīvo plānu. Pēdējā līmenī plānošana, izpilde un uzraudzība saplūst un ne vienmēr ir skaidrs, kur ir robeža starp plāniem un to izpildi (Hofs, Marinska, 2002, 442. lpp.).

Īstermiņa/taktiskie mērķi un plāni ir atvasināti no stratēģiskajiem mērķiem un plāniem un tie ir uzņēmuma darbības atsevišķo posmu plāni, kas vērsti uz uzņēmuma ilgtermiņa mērķu izpildi (Hofs, Marinska, 2002, 442. lpp.).

Pētījuma metodoloģija

Pētījumā darba autors izmantoja šādas metodes: monogrāfisko metodi, datu savākšanas metodi, grafisko metodi, sintēzes metodi, loģiski-konstruktīvo metodi, induktīvo metodi un deduktīvo metodi. Ar induktīvās metodes palīdzību no atsevišķiem secinājumiem izdarīti vispārīgāki secinājumi, savukārt ar deduktīvās metodes palīdzību no vispārīgiem secinājumiem izdarīti konkrētāki atsevišķi secinājumi.

Pētījuma rezultāti

Darba autors uzskata, ka pārdošanas stratēģijā metālapstrādes uzņēmumā SIA "X" tiek pieļauta kļūda nelietderīgi izmantojot pārdevēju laiku, jo nav definēti mērķa klienti, un potenciālie klienti tiek uzrunāti masveidā, tiek uzrunāti arī tādi, kuriem pārdošanas iespējas ir salīdzinoši zemas.

Krievijas iebrukuma Ukrainā, tam sekojošo rietumvalstu sankciju rezultātā metālapstrādātājiem Latvijā ir jāmeklē citi ražošanai nepieciešamā tērauda piegādātāji, jo ir paralizētas piegādes no "Severstal". Rezultātā nav pieejamas izejvielas no Krievijas, Ukrainas un Baltkrievijas, ir zaudēts noieta tirgus Krievijā, Ukrainā un Baltkrievijā, kā arī ietekmēta metālapstrādes uzņēmumu konkurētspēja, spēja izpildīt uzņemtās saistības attiecībā pret to produkcijas pircējiem ārvalstu (rietumvalstu) noieta tirgos. Līdz Krievijas iebrukumam Ukrainā no Krievijas, Ukrainas un Baltkrievijas kopumā tika iepirkts lielākais apjoms no visa patērētā metāla un īsā termiņā tik lielu tērauda izejvielu apjomu nav iespējams aizstāt. Latvijas metālapstrādātāji bija pieraduši nepamatoti neiesaldēt naudu un neglabāt būtiskus ražošanai nepieciešamās metāla izejvielas krājumus savās noliktavās, jo finansiāli izdevīgāk to bija iegādāties nepieciešamā daudzumā no metāla tirdzniecības "Severstal Distribution" noliktavas Rīgā, vēl jo vairāk, ja nepieciešamās metāla loksnes tika piegrieztas pēc metālapstrādātāja vajadzībām (Ķirsons, 2022). Latvijā esošās metāla rezerves tika izpirktas ļoti strauji un cenas kāpa dramatiski – ja pirms pandēmijas tonna metāla maksāja no 640 līdz 720 eiro, tad 2022. gadā pēc Krievijas armijas iebrukuma neatkarīgajā Ukrainā cena sasniedza 3000 eiro (TV 9 Pakalni, 2022). Alternatīvās izejvielu ieguves vietas ir Ķīna un Turcija. Ķīna ir pārliecinoši lielākā neapstrādāta tērauda ražotāja pasaulē.

1. att. Tērauda armatūras cenu svārstības Šanhajas (Ķīnā) biržā pēdējo triju gadu laikā, Ķīnas juaņas (CNY) par tonnu, uz 09.01.2023. 1,00 CNY = 0,13754081 EUR (Avots: *https://tradingeconomics.com/commodity/steel*)

Ņemot vērā, ka SIA "X" būtu klasificējams kā mazs uzņēmums, tam nebūtu iespējams atsevišķi nopirkt veselu kuģi ar tērauda izstrādājumiem. Šāda problēma būtu arī absolūtajam vairākumam uzņēmumu, kas darbojas Baltijas valstu tirgū, taču vairākiem uzņēmumiem kopējs iepirkums, kuru koordinētu, piemēram, valsts institūcijas, būtu iespējams un ekonomiski pamatots.

Tikai no Krievijas Latvija importēja dzelzs un tērauda izstrādājumus par 459 miljoniem eiro, liecina 2021. gada dati. Ļoti daudz no Krievijas Latvijā ieveda dzelzs un neleģēta tērauda izstrādājumus – par 187 miljoniem eiro 2021. gadā. Krievija vēsturiski ir bijusi dzelzs un tērauda

izstrādājumu lielākā eksportētāja uz Latviju, turklāt 2021. gadā salīdzinoši ar pēdējiem pieciem gadiem ir prāvs šo izstrādājumu piegādes pieaugums. Pie provizoriskiem problēmas risinājumiem pieder dzelzs un tērauda izstrādājumu imports no Turcijas, kur atrodas lielas metāla kausēšanas rūpnīcas, turklāt uz Turciju pērn Latvija izvedusi metāllūžņus par 181 miljonu eiro. Šobrīd dzelzs un tērauda izstrādājumu imports no Turcijas ir mazāks par 30 miljoniem eiro gadā, kas veido vien 8 % no tā, ko Latvija importēja no Krievijas. Turcija ir lielākais metāllūžņu noieta tirgus pēdējos 10 gados, un galvenais piegādātājs ir uzņēmums SIA "Tolmets" (Goldbergs, 2022).

SIA "X" apmaksātais un reģistrētais pamatkapitāls ir 208537 EUR. Vienīgas uzņēmuma valdes loceklis (valdes priekšsēdētājs), dalībnieks un patiesā labuma guvējs ir Latvijas Republikas pilsonis un rezidents. Tādējādi SIA "X" ir 100 % vietēja kapitāla uzņēmums. Gan 2020., gan 2021. gadā uzņēmums ir veicis kopējos maksājumus valsts kopbudžetā vairāk nekā pusmiljona eiro apmērā, 2020. gadā – 528880 EUR, 2021. gadā – 625590 EUR. Lielāko daļu šīs summas veido iedzīvotāju ienākuma nodoklis un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas. Uzņēmums kopš 2008. gada 5. septembra ir pievienotās vērtības nodokļa maksātājs. Līdz 2022. gada 25. janvārim uzņēmumam nebija Valsts ieņēmuma dienesta administrēto nodokļu maksājumu parādu, kopš tā laika šāds parāds ir pakāpeniski izveidojies un uz 2023. gada 2. janvāri ir 117790,03 EUR. Krievijas iebrukuma Ukrainā un tam sekojošo rietumvalstu sankciju rezultātā, izjūkot ierastajām metālapstrādes izejvielu piegādes ķēdēm, uzskatāms kļuva SIA "X" SVID (*SWOT*) analīzes vājais punkts – atkarība no noteikta reģiona izejvielu piegādātājiem.

Secinājumi

Pētījuma izstrādes gaitā darba autors secināja, ka pētāmajā uzņēmumā ir nepilnīgi izstrādāta pārdošanas stratēģija. Bieži tiek nelietderīgi izmantots pārdevēju laiks, jo nav definēti mērķa klienti un notiek klientu intensīva uzrunāšana bez pārdošanas iespējām. Darba autora priekšlikums ir papildināt pārdošanas stratēģiju ar nepieciešamo informāciju par izejvielas iepirkšanu ne tikai no vienas valsts vai viena reģiona, bet apzināt un izveidot sadarbību ar visiem potenciālajiem pasaules piegādātājiem. Papildināt pārdošanas stratēģiju ar *krīzes cenu politiku,* kā piemēram, kad būtiski samazinātos pieprasījums, tad cena tiktu noteikta: pašizmaksa + 3 %. Nepieciešams stratēģiju papildināt ar uzņēmuma klientu definēšanu, piemēram pāriet no B2B (*Business to Business*) pārdošanas modeļa uz B2C (*Business to Consumer*). Papildināt stratēģiju ar konkurentu izvērtēšanas kritērijiem – tirgus daļa, cenas, mārketings, atšķirības, stiprās un vājās puses, ģeogrāfija, kultūra un klientu atsauksmes, vērtēšanu veikt vismaz reizi pusgadā. Papildināt stratēģiju ar mērķa tirgus pieprasījumu analīzi, kuru nepieciešams vērtēt reizi gadā. Identificēt uzņēmuma priekšrocības un uzņēmuma priekšrocību demonstrēšanu saskaņā ar mārketinga stratēģiju. Uzņēmuma vadītājam, tiešajam priekšniekam kontrolēt reizi mēnesi pārdošanas stratēģijas ievērošanu uzņēmuma ikdienas darbā.

Pētījuma gaitā autors secināja, ka SIA "X" saimniecisko darbību un tās rezultātus strauji un fundamentāli ietekmē pastāvošo piegāžu ķēžu darbība un jebkādi to satricinājumi, ir izveidojusies atkarība no viena reģiona (Krievija, Ukraina, Baltkrievija) izejvielu piegādātājiem. Nepilna gada laikā uzņēmumam nav izdevies zaudētos izejvielu piegādes avotus pilnvērtīgi aizstāt, iespējamie alternatīvie avoti ir Ķīna un Turcija.

Uzņēmuma galvenie noieta tirgi 2023. gadā ir Latvija, Lietuva, Norvēģija, Zviedrija, Somija, Dānija, Francija un Nīderlande. Problēmas izejvielu piegādes ķēdēs radīja arī grūtības uzņēmumam izpildīt savas saistības ar produkcijas pircējiem ārvalstu (rietumvalstu) noieta tirgos.

SIA "X" kā mazam uzņēmumam nav iespējams atsevišķi nopirkt veselu kuģi ar tērauda izstrādājumiem, taču vairākiem uzņēmumiem būtu iespējams šāds kopējs iepirkums, kuru koordinētu valsts institūcijas. Nepieciešamību nosaka apstāklis, ka, piemēram, SIA "X" iepērk izejvielu atsevišķi katram projektam, tādejādi apjomi ir nelieli, bet pozīciju klāsts ir ļoti plašs. Pasūtītās preces piegāde nepieciešama divu nedēļu laikā. Pie šādiem apstākļiem būtu neiespējami kooperēties ar citiem uzņēmumiem.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Alberta Uzņēmumu grupa (2023). Mārketinga stratēģija. [skatīts 06.01.2023.]. Pieejams: https://www.alberts.lv/marketinga-strategija/
2. AS SEB banka (2014). Ne soli bez mārketinga stratēģijas. [skatīts 06.01.2023.]. Pieejams: https://web.archive.org/web/20161106102945/http://www.seb.lv/info/biznesa-uzsacejiem/ne-soli-bez-marketinga-strategijas
3. Goldbergs, J. (2022). Valsts politika tikai formējas, materiālu trūkst. [skatīts 06.01.2023.]. Pieejams: https://www.db.lv/zinas/valsts-politika-tikai-formejas-materialu-trukst-506966
4. Hofs, K. J., Marinska, K. (2002). Biznesa ekonomika. Rīga: Jāņa Rozes apgāds.
5. Ķirsons, M. (2022). Kara trīskāršā ietekme uz metālapstrādi Latvijā. Dienas Bizness, 2022. gada 6. aprīlis. [skatīts 06.01.2023.]. Pieejams: https://www.db.lv/zinas/kara-triskarsa-ietekme-uz-metalapstradi-latvija-507136
6. Lejiete, Z. (2016). Kur "dzīvo" tava pārdošanas stratēģija? [skatīts 06.01.2023.]. Pieejams: https://itiesibas.lv/raksti/ibizness-2017/uznemuma-vadiba/kur-dzivo-tava-pardosanas-strategija/9635
7. Promocase.lv (2023). Mārketinga stratēģija. [skatīts 06.01.2023.]. Pieejams: https://promocase.lv/marketinga-strategija/
8. SIA "Reserv Inc" (2023). Metālapstrādes uzņēmums SIA "Reserv Inc". [skatīts 06.01.2023.] Pieejams: https://www.reserv.lv/
9. Shapiro, H. T., Dawson, G. G., Antell, G. (1990). Applied Economics. Colorado Springs, Colorado: Junior Achievement Inc.
10. Siņicins, M. (2005). Biznesa ekonomiskie pamati, Rīga: RaKA.
11. Steel rebar futures (2023). [skatīts 06.01.2023.]. Pieejams: https://tradingeconomics.com/commodity/steel
12. Ščeulovs, D. (2010). Latvijas ražošanas mazo uzņēmumu mārketinga stratēģijas tirgus globalizācijas apstākļos. [skatīts 06.01.2023.]. Pieejams: https://ortus.rtu.lv/science/lv/publications/7833
13. TV 9 Pakalni (2022). Latvijā izveidojies metāla deficīts; cenas krietni kāpušas. [skatīts 06.01.2023.]. Pieejams: https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/latvija-izveidojies-metala-deficits-cenas-krietni-kapusas.a446818/
14. Vikipēdija (2023). Tirgus stratēģija. [skatīts 06.01.2023.]. Pieejams: https://lv.wikipedia.org/wiki/Tirgus_strat%C4%93%C4%A3ija

Iveta Šica. GRĀMATVEDĪBAS UZSKAITES PROCESA PILNVEIDE ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta Koledža, Studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Grāmatvedība", e-pasts: grafa@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: ēdināšanas uzņēmuma grāmatvedības un vadības uzskaites pilnveidošana, izmaksu samazināšanas, finanšu racionalizācijas un investīciju politikas uzlabošanas nolūkā.

Katra veida ēdināšanas uzņēmuma efektīvai darbībai ir nepieciešama lietderīga un organizēta grāmatvedības uzskaite un kontrole, kas nodrošina informāciju par ražošanas un preču apmaiņas procesiem pēc to realizācijas veidiem gan materiālā, gan naudas izteiksmē.

Sabiedriskās ēdināšanas uzņēmuma saimnieciskās darbības pamatā ir preču iegāde, uzglabāšana, realizācija, kā arī pašu produkcijas ražošana. Šī iemesla dēļ par grāmatvedības uzskaites pamatmērķiem uzskatāmas preču uzglabāšanas kontrole, savlaicīga informācijas sniegšana uzņēmuma vadībai par apgrozījumu un bruto ienākumu, par izejvielu un preču krājumu izmaiņām un to lietderīgu izlietojumu.

Ēdināšanas jomā darbojas liels skaits uzņēmumu, kas savstarpēji atšķiras pēc uzņēmumu tipiem, pakalpojumu veidiem, kā arī darbības mērogiem. Turklāt visi šie uzņēmumi ir pakļauti speciālu noteikumu ievērošanai un tiem jāatbilst noteiktām prasībām, kuru ievērošana arī prasa finansiālu ieguldījumu. Šī iemesla dēļ uzņēmumā ir nepieciešams izveidot racionālu ražošanas izmaksu uzskaites un kontroles sistēmu. Līdz ar to ēdināšanas uzņēmumā ir nepieciešams pastāvīgi rast iespēju samazināt izmaksas, prognozēt ražojamās produkcijas tirgus cenas, rast alternatīvus risinājumus, ieviest veiksmīgu finanšu un investīciju politiku. Šim nolūkam ēdināšanas uzņēmumā ir jābūt pilnveidotai grāmatvedības un vadības uzskaites sistēmai.

Pētījuma mērķis: veikt grāmatvedības uzskaites un darbības analīzi ēdināšanas uzņēmumā, izstrādāt priekšlikumus uzskaites procesa pilnveidei.

Pētījuma metodes: teorētiskās literatūras analīze; ēdināšanas uzņēmuma SIA "EE Kumosiņš" grāmatvedības uzskaites analīze.

Sasniegtie rezultāti: balstoties uz ēdināšanas uzņēmuma darbības izpēti, konstatēti trūkumi un, balstoties uz secinājumiem, izstrādātas izmaiņas grāmatvedības un vadības uzskaitē turpmākai efektīvākai un racionālākai uzņēmuma darbībai. Darba pirmajā daļā tiek aplūkoti grāmatvedības uzskaites un analīzes teorētiskie aspekti ēdināšanas uzņēmumos. Otrajā daļā tiek izskatīts ēdināšanas uzņēmuma raksturojums, grāmatvedības politika, produkcijas izmaksu kalkulācija, preču un krājumu uzskaites metožu analīze. Trešajā daļā tiek analizēta darbības efektivitāte un izdarīti secinājumi, izteikti priekšlikumi darbības efektivitātes celšanai.

Atslēgas vārdi: *grāmatvedības uzskaite, krājumi, izejvielas, ražošana.*

Ievads

Lai panāktu efektīvu sabiedriskās ēdināšanas uzņēmuma darbību, neatkarīgi no tā līmeņa un tipa – vai tas būtu restorāns, bārs, kafejnīca, bistro, veikals –, nepieciešama kvalitatīvi organizēta grāmatvedības uzskaite un kontrole, patiesas informācijas iegūšana par saņemtās produkcijas apgrozījumu par ieņēmumu veidiem naturālajās un naudas izteiksmēs. Uzņēmuma saimniecisko darbību raksturo tā finansiālais stāvoklis, kas atspoguļojas uzņēmuma darbības ražošanas, komerciālās un finanšu darbību kopsummā. Ja ražošanas, finanšu plāni tiek veiksmīgi realizēti, tie pozitīvi ietekmē uzņēmuma finansiālo stāvokli, un pretēji – produkcijas ražošanas un finanšu plānu neizpildīšanas rezultāta paaugstinās pašizmaksa, samazinās ieņēmumi, kā rezultātā veidojas

peļņas samazināšanās, kas veicina uzņēmuma finansiālā stāvokļa pasliktināšanos un var novest pie uzņēmuma maksātnespējas. Tādēļ stabils finansiālais stāvoklis ir kompetenta, prasmīga pieeja visiem ietekmējošajiem faktoriem, kas nosaka uzņēmuma saimnieciskās darbības rezultātu. Šī darba mērķis ir atainot saimnieciskās darbības faktorus, kas atrisina šādus uzdevumus:

- atklāt produkcijas uzskaites un analīzes teorētisko aspektus sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumos;
- izskatīt finansiālās un saimnieciskās darbības analizēšanas metodiku sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumā;
- raksturot SIA "EE Kumosiņš" esošo saimnieciski-ekonomisko darbību;
- veikt finansiālās uzskaites un saimnieciskās darbības analīzi un rast risinājumus grāmatvedības uzskaites uzlabošanai sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumā.

Izpētes objekts šajā darbā ir sabiedriskās ēdināšanas uzņēmums – bistro SIA "EE Kumosiņš".

Grāmatvedības uzskaites un analīzes teorētiskie aspekti ēdināšanas uzņēmumos

Saskaņā ar "Grāmatvedības likumu", kas stājies spēkā 01.01.2022., katram saimnieciskās darbības veicējam ir pienākums veikt grāmatvedības uzskaiti sākot ar uzņēmuma reģistrācijas datumu līdz darbības izbeigšanas datumam. Grāmatvedība jākārto, pamatojoties uz pirmdokumentiem, kas atspoguļo visas saimnieciskās darbības. Atbildīgais par grāmatvedības kārtošanas organizāciju uzņēmumā ir uzņēmuma vadītājs (Lursoft, gads).

Grāmatvedības uzskaite ir ar uzņēmuma saimniecisko darbību saistīta sistematizēta, sakārtota datu savākšanas sistēma, informācijas reģistrēšana un datu apkopošana naudas izteiksmē par organizācijas mantu, saistībām, to kustību un citām saimnieciskajām operācijām nepārtrauktā, dokumentētā formā. Grāmatvedības uzskaites objekti ir uzņēmuma manta, tās saistības un darbības, ko veic uzņēmums saimnieciskās darbības ietvaros (Grāmatvedības likums, 2021).

Grāmatvedības uzdevumi ir:

- pilnīgas un patiesas informācijas sniegšana par uzņēmuma darbību;
- informācijas sniegšanas ārējiem un iekšējiem lietotājiem nodrošināšana;
- negatīvu saimnieciskas darbības rezultātu novēršana, iekšējo rezervju darbības veicināšana, finansiālas stabilitātes nodrošināšana;
- patiesas informācijas saimnieciska rakstura lēmumu pieņemšanai nodrošināšana uzņēmuma vadībai;
- pareizu nodokļu aprēķinu nodrošināšana.

Grāmatvedības pamatprincipu ievērošana ir nepieciešama, lai pareizi aizpildītu grāmatvedības pirmdokumentus, jo tie apstiprina notikuša saimnieciskā darījuma faktu. Uz grāmatvedības pirmdokumentu pamata grāmatvedis var ierakstīt notikušu faktu grāmatvedības reģistros.

Datu iegūšanas metodes un to uzskaites metodes ir saimnieciskās uzskaites pamatuzdevums. Datu uzskaites metodes var iedalīt trīs veidos:

- Operatīvā uzskaite – ikdienas informācijas apkopošana par izmaksām, cenām, gatavās produkcijas izsniegšanu, kas ir īpaši aktuāli ēdināšanas uzņēmumos. Šīs uzskaites operativitāte jānodrošina ātri, iespējami īsā laika periodā. Šis uzskaites veids ir pārraudzības un kontroles sistēma pār noteiktiem uzņēmuma saimnieciskās darbības etapiem, kas mērāmi gan naudas izteiksmē, gan naturālā vērtībā un tiek pielietota ikdienā, jo sniedz informāciju par atsevišķiem saimnieciskās darbības faktiem.

- Statistiskās uzskaites metode ir izlases metode, kas dod iespēju prognozēt un ietver sevī gan kvantitatīvus, gan kvalitatīvus rādītājus. Šīs metodes mērķis ir apvienot rādītājus, grupējot un salīdzinot, lai noteiktu vidējos rādītājus un rādītāju dinamiku. Statistiskās metodes mērķis ir apkopot datus par atsevišķām struktūrvienībām, definēt kopējos rādītājus par uzņēmumu kopumā un kontrolēt plāna izpildi;
- Grāmatvedības jeb nepārtrauktā metode – savstarpēji saistītu saimnieciskās darbības notikumu nepārtraukta uzskaite, pamatojoties uz pirmdokumentiem, kas apkopoti hronoloģiskā secībā.

Sabiedriskās ēdināšanas uzņēmuma saimnieciskās darbības pamatā ir ēdināšanai nepieciešamo preču iegāde, glabāšana, pārdošana un savas produkcijas izgatavošana. Tādēļ, kā pamatmērķus grāmatvedības uzskaitei ēdināšanas uzņēmumā var izdalīt:

- preču, izejvielu un gatavās produkcijas uzglabāšanas kontrole izlaupīšanas novēršanas nolūkā;
- operatīvas informācijas sagatavošana par apgrozījumu un bruto ieņēmumiem pārvaldes lēmumu pieņemšanas nolūkā;
- preču, izejvielu krājumu atlikumu stāvokļa kontrole un to izlietojuma efektivitāte (Tīse, 2017).

Sabiedriskās ēdināšanas uzņēmuma SIA "EE Kumosiņš" raksturojums

Sabiedriskās ēdināšanas uzņēmums SIA "EE Kumosiņš" ir dibināts 2022. gada 10. februārī. Atrodas Iļģuciema nomalē. Dibinātāji: fiziskas personas, divi valdes locekļi ar vienādu daļu skaitu. Darbības veids pēc NACE klasifikatora – 56.10 Restorānu un mobilo ēdināšanas vietu pakalpojumi, kas sevī ietver arī ātrā apkalpošanas jeb bistro iestāžu darbību, kas precīzāk varētu raksturot SIA "EE Kumosiņš" darbību (Lursoft).

Bistro darbības pamatraksturojums:

- pārdodamās produkcijas sortiments – nespecializēts;
- klientu apkalpošanas veids – pārdevējs/bārmenis aiz letes;
- darba laiks – katru dienu no pl. 9.00–22.00;
- telpu lietošanā – stacionāras;
- tirdzniecības zāles platība – 51 m^2;
- ražošanas telpas – atsevišķa virtuves telpa, kur notiek ēdienu sagatavošana;
- sēdvietu skaits – 20 vietas;
- ēdienu sortiments – pārsvarā Eiropas klasiskā virtuve;
- papildus pakalpojums – ēdienu piegāde uz mājām, kā arī līdzņemšanai.

Bistro ēdienkartē ir gan siltie, gan aukstie ēdieni, deserti, kas izvietoti atbilstošās vitrīnās (ar apsildi un bez, atbilstoši ēdiena veidam). Klients var izvēlēties, ko savā šķīvī vēlas ielikt, vai arī izvēlēties jau gatavas, nokomplektētas porcijas. Alkohols netiek tirgots.

Bistro ir nodarbināti 4 darbinieki: 2 pavāri, 2 pārdevēji/bārmeņi, kā arī "karstajās" stundās strādā arī paši valdes locekļi. Katrs valdes loceklis strādā ar saviem 2 darbiniekiem un maiņas sastāvs mainās tikai, ka kāds no darbiniekiem ir saslimis vai kādu citu iemeslu dēļ neierodas darbā. Maiņas mainās ik pa 3 dienām. Darba algas darbiniekiem un valdes locekļiem – vidējās Latvijā konkrētajā nozarē esošās (Dati iegūti, balstoties uz veikto dokumentu analīzi).

Grāmatvedības uzskaiti veic ārpakalpojumu grāmatvedis.

Uzņēmuma pavāri ir izstrādājuši un regulāri papildina un maina uzņēmuma ēdienkarti. Katras maiņas beigās pavārs sastāda nepieciešamo produktu un izejvielu sarakstu nākamajai dienai, kontrolē to derīguma termiņus, daudzumu, kvalitāti, sortimentu. Veic ēdienu pagatavošanas tehnoloģiskā procesa nepārtrauktu kontroli, izejvielu izlietojuma normu kontroli, sanitāro normu ievērošanu un darbinieku personīgās higiēnas prasību ievērošanu.

Valdes locekļi kontrolē disciplīnas un darba drošības prasību ievērošanu, iekšējās kārtības noteikumu ievērošanu.

Pārdevēji/bārmeņi sniedz pārdošanas pakalpojumus, apkalpo klientus, izsniedz gatavos pasūtījumus piegādātājiem uz mājām, pārrauga kārtību tirdzniecības zālē.

Bistro atrodas pilsētas nomalē, taču klientu netrūkst, jo tuvumā atrodas dažādas ražotnes un biroju ēkas, kuru darbinieki nāk pusdienot, vakariņot, kā arī tuvējo māju iedzīvotāji arī ir bistro klienti.

Uzņēmums ir jauns, taču ir skaidrs, ka tas nedarbojas efektīvi, jo, neskatoties, uz to, ka samaksa par ēdināšanu tiek saņemta uzreiz (skaidrā naudā vai norēķinos ar karti), naudas ļoti trūkst gan nodokļu samaksai, gan algu izmaksām, gan norēķiniem ar kreditoriem.

Izejvielu patēriņa kontrole ir pilnībā pavāru ziņā un preču un izejvielu saņemšana notiek ar ienākošo pavadzīmi vai skaidras naudas čeku. Grāmatvedībā ienākošais pirmdokuments tiek iegrāmatots izmaksu kontā 7110, iegrāmatota tiek gala summa ar PVN, jo SIA "EE Kumosiņš" nav PVN maksātājs, līdz ar to izmaksās tiek grāmatota visa summa. Ieņēmumi no pārdošanas tiek fiksēti no elektroniskā kases aparāta, kā arī bankas izraksta kontā un tiek iegrāmatoti grāmatvedības kontā 6110.

Pētījuma norise

Pētījums tiek veikts, vērojot uzņēmuma ikdienas darbību klātienē, intervējot uzņēmuma valdes locekļus, izskatot grāmatvedības dokumentus un grāmatvedības kārtošanu. Pētījumā tika izmantota: analīzes metode, kvantitatīvais un kvalitatīvais pētījums.

Secinājumi

SIA "EE Kumosiņš" bistro saimniecisko darbību ir uzsācis ar zaudējumiem un ir nepieciešams rast risinājumus, analizējot, kas tieši būtu jāmaina darbības organizēšanā, lai uzņēmums sāktu darboties ar neto peļņu, jo peļņu var izmaksāt dividendēs, motivējot uzņēmuma īpašniekus uzņēmuma attīstībā.

Efektīvi ir organizēts maiņu darbs, kad maiņas locekļi ir nemainīgi un katrs viens otru var iepazīt un līdz ar to sastrādāties un rast iespējas efektīvi darboties komandā. Pie tam veiksmīga ir izvēle, ka arī valdes locekļi ir klāt, jo darbiniekus tas disciplinē.

Trūkums ir, ka valdes locekļi praktiski nesatiekas un neapspriež darbības organizēšanas jautājumus detaļās, jo darbojoties atsevišķi, nav ieinteresētības uzlabot uzņēmuma kopējo darbību, bet gan tikai veiksmīgi darboties tikai savā maiņā. Šāda atsevišķa valdes locekļu darbība veicina tā sauktās "melnās" kases veidošanās risku, kad ieņēmumi netiek fiksēti nevienā maksāšanas ierīcē – ne skaidras, ne bezskaidras naudas norēķinu aparātos. Pastāv arī risks par maiņas beigās pāri palikušo izejvielu nelietderīgu izlietojumu, tai skaitā izmešanu vai piesavināšanos.

Nepastāv nekāda uzskaite, kas kontrolētu izejvielu izlietojumu, jo izejvielu iegāde notiek haotiski, bez apstiprinātas kalkulācijas, līdz ar to nav izsekojams, cik no iepirktajām izejvielām nonāk gatavajā produkcijā, kas varētu būt par iemeslu pārāk lielām izmaksām.

Uzņēmumam nav izvērstu reklāmas kampaņu, kas nedod iespēju attīstīties, paplašināties,

nomainīt telpas uz lielākām aktīvākā rajonā, plašāk mainīt un papildināt ēdienkarti, pieņemt darbā papildus darbiniekus. Piedāvāt kādus papildus pakalpojumus, kā, piemēram, dzīvo mūziku tirdzniecības zālē, kādas galda spēles vai saunas pakalpojumus.

Priekšlikumi

1. Valdes locekļiem jāvienojas un rakstiski jāpiekrīt vienotai izejvielu uzskaites kārtībai. Jābūt noteiktam pēc receptes, cik, kādas izejvielas jāizlieto konkrētajā produktā. Jāizveido uzskaite, kas kontrolē, cik gatavās produkcijas tiek izsniegts no virtuves uz tirdzniecības zāli. Šim nolūkam var izmantot iekšējās pārvietošanas pavadzīmi. Jānosaka arī iespējamais zudumu daudzums, kas rodas no dažādiem atgriezumiem (gaļas cīpslām, augļu kātiem, sēklām) u. tml.
2. Jāparedz regulāras inventarizācijas – ne tikai dienas beigās, bet arī citos laika periodos, piemēram, gada beigās.
3. Izejvielu kustību ar iekšējām pavadzīmēm ir jāuzskaita grāmatvedībā, uzticot to grāmatvedim, tādējādi būtu lielāka iespēja izslēgt, ka valdes locekļi strādā nekontrolēti.
4. Periodiski analizēt izejvielu patēriņu, konstatējot esošās nepilnības izejvielu izlietojumā, kas sniedz iespēju savlaicīgi veikt cenu pārskatīšanu.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Andžāne, V. (1999). Ievads finansu grāmatvedībā. LU Izdevniecība.
2. Grāmatvedības kārtošanas noteikumi. [skatīts 26.03.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/328707-gramatvedibas-kartosanas-noteikumi
3. Grāmatvedības likums. [skatīts 28.03.2023.]. Pieejams: *https://likumi.lv/ta/id/324249-gramatvedibas-likums*
4. Saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija NACE 2. redakcija. [skatīts 28.03.2023.] Pieejams: *https://nace.lursoft.lv/*
5. Tīse, L. (2017). Grāmatvedība. Mācību grāmata. 1. daļa, Rīga: RTU Izdevniecība.

Solvita Pormale. INVENTARIZĀCIJAS PROCESA PILNVEIDE RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Grāmatvedība", e-pasts: solvitalapinska@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: inventarizācija kā process ir aktuāls ne tikai uzņēmumam, tā līdzekļu un saistību novērtēšanai, bet arī paša procesa un uzņēmuma pilnveidei. Uzņēmums "X" ir strauji augošs ražošanas uzņēmums ar strauji pieaugošu aktīvu vērtību, tāpēc ir nepieciešams pilnveidot inventarizācijas procesu šādā uzņēmumā tā, lai ikgadējā inventarizācijas procesā tiktu sasniegti maksimāli precīzāki aktīvu novērtēšanas rezultāti.

Pētījuma mērķis: izstrādāt priekšlikumus inventarizācijas procesa pilnveidei pētāmajā uzņēmumā.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā metode, datu savākšanas metode, grafiskā metode, sintēzes metode un loģiski-konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: izanalizētas inventarizācijas procesa teorētiskās nostādnes, kā arī normatīvie akti, kas to nosaka. Izpētīta inventarizācijas procesa norise, noskaidrots, kāda veida inventarizācijas tiek veiktas uzņēmumā, vai visas iesaistītās personas ir informētas par visām darbībām SIA "X" un aptaujātas uzņēmuma grāmatvedes. Galvenie darba secinājumi un priekšlikumi: uzņēmuma inventarizācijas procesā iesaistītie darbinieki pilnvērtīgi nepārzin normatīvo aktu prasības, tādēļ nepieciešams zināšanas pilnveidot; uzņēmuma krājumi neatrodas vienā noliktavā, tāpēc uzņēmuma vadībai jāizveido viena atsevišķa noliktava; darbiniekiem inventarizācijas process šķiet fiziski un psiholoģiski nogurdinošs, tādēļ jārūpējas, lai tas noritētu dienas pirmajā daļā. Lai izvairītos no kļūdām inventarizācijas procedūras laikā, ieteicams objektus pārskaitīt vismaz divas reizes un vēlams dažādām personām. Tika arī uzzināts, vai, apkopojot inventarizācijas rezultātus, tiek konstatētas novirzes un, kas ir šo noviržu iemesls. Rezultāti ir noderīgi ne tikai pašam ražošanas uzņēmumam, bet arī citiem uzņēmumiem.

Atslēgas vārdi: *grāmatvedība, inventarizācija, normatīvie akti, pilnveide.*

Ievads

SIA "X" ir veiksmīgi pārņēmis un turpina attīstīt vairāk nekā 50 gadus senas koka ēveļskaidas plātņu (fibrolīta) ražošanas tradīcijas Latvijā. SIA "X" ir 100 % Latvijas uzņēmums, pašlaik uzņēmumā strādā vairāk kā 100 darbinieki.

Uzņēmums dibināts 2015. gadā. SIA "X" ir vienīgais ēveļskaidu plātņu ražotājs Baltijas valstīs un viens no vadošajiem nozares uzņēmumiem pasaulē. Uzņēmuma izvirzītie produkcijas kvalitātes standarti ir ļāvuši veiksmīgi attīstīt SIA "X" produkcijas noieta tirgu daudzās pasaules valstīs.

Uzņēmums pastāvīgi strādā pie ražošanas procesu optimizācijas, jaunu produktu ieviešanas, tirgus izglītošanas. Kopā ar nozares ekspertiem – arhitektiem, interjera dizaineriem, celtniekiem un objektu attīstītājiem tiek veidoti priekšnosacījumi ar mērķi pilnībā izmantot SIA "X" plātņu unikālās pielietojuma priekšrocības.

Inventarizācija kā process ir aktuāls ne tikai uzņēmumam, tā līdzekļu un saistību novērtēšanai, bet arī paša procesa un uzņēmuma pilnveidei. Uzņēmums "X" ir strauji augošs ražošanas uzņēmums ar strauji pieaugošu aktīvu vērtību, tāpēc ir nepieciešams pilnveidot inventarizācijas procesu šādā uzņēmumā tā, lai ikgadējā inventarizācijas procesā tiktu sasniegti maksimāli precīzāki aktīvu novērtēšanas rezultāti.

Darba autore izvēlējās tematu – **Inventarizācijas procesa pilnveide ražošanas uzņēmumā**, jo tas ir lielākais uzņēmums autores dzimtajā pilsētā, kā arī turpmāko praksi un darba gaitas pēc studijām vēlētos uzsākt tieši šajā uzņēmumā.

Darba mērķis ir izstrādāt priekšlikumus inventarizācijas procesa pilnveidei pētāmajā uzņēmumā.

Lai sasniegtu darba mērķi, tiek izvirzīti šādi uzdevumi:

1. Izpētīt inventarizācijas procesa un metožu teorētiskos aspektus un sagatavot to izklāstu;
2. Izpētīt inventarizācijas procesu regulējošos normatīvos aktus un izstrādāt apskatu;
3. Izpētīt esošos inventarizācijas pasākumus uzņēmumā un sagatavot to analīzi;
4. Ar aptaujas palīdzību noskaidrot, kāds ir inventarizācijas procesa iesaistīto uzņēmuma grāmatvežu viedoklis par pašreizējo inventarizācijas procesu;
5. Izvirzīt secinājumus un priekšlikumus inventarizācijas procesa pilnveidei ražošanas uzņēmumā.

Darbā tika izmantotas šādas pētniecības metodes: monogrāfiskā metode – bibliogrāfisko avotu izpēte par inventarizācijas procesa norisi, metodēm, kā arī normatīvo aktu izpēte, apskata sagatavošana; analīze, sintēze – SIA "X" ražošanas uzņēmuma inventarizācijas procesa izpēte un analīzes sagatavošana; aptauja – ar anketas palīdzību noskaidrotas četru uzņēmuma darbinieku domas par pašreizējo inventarizācijas procesu un apkopoti rezultāti, rezultātu atskaites sagatavošana; grafiskā metode – anketēšanas rezultātu atspoguļojums.

Būtiskākie priekšlikumi ražošanas uzņēmumam: ikgadēji veikt apmācības vai instruktāžas par inventarizācijas procesu.

Analītiskais apskats

Saskaņā ar Grāmatvedības likuma 15. panta 1. daļu, inventarizācija ir uzņēmuma mantas faktiskā stāvokļa un uzņēmuma saistību pārbaude konkrētā datumā un grāmatvedības datu saskaņošana ar inventarizācijas rezultātiem. Inventarizāciju veic, piemērojot normatīvajos aktos un grāmatvedības organizācijas dokumentos noteikto kārtību. Inventarizācijas metodes, inventarizācijas veikšanas kārtību, rezultātu dokumentēšanas un inventarizācijā atklāto starpību iegrāmatošanas kārtību nosaka Ministru kabinets. Turpmāk šādu inventarizāciju veic katra pārskata gada beigās, kā arī izbeidzot uzņēmuma darbību vai reorganizējot to, vai tad, ja ir ierosināta lieta par uzņēmuma pasludināšanu par maksātnespējīgu. Pārskata gada slēguma inventarizāciju drīkst veikt trīs mēnešu laikā pirms pārskata gada beigu dienas vai mēneša laikā pēc tās, pārrēķinot inventarizācijas dienā konstatētos atlikumus atbilstoši grāmatvedības datiem pārskata gada pēdējā dienā. Inventarizācijas rezultātus ieraksta grāmatvedības reģistros līdz gada pārskata parakstīšanas datumam. (Grāmatvedības likums, III nodaļa, Inventarizācija)

Inventarizācija ir ļoti svarīgs kontroles process uzņēmumā, kas nodrošina uzņēmuma faktisko un grāmatvedības uzskaites pārbaudi (Mālderis, 2005).

Uzņēmuma vadītājs izveido inventarizācijas komisijas, kuru uzdevums ir veikt inventarizējamo objektu – uzņēmuma īpašumā vai lietojumā esošās mantas – faktiskā stāvokļa pārbaudi pa uzņēmuma struktūrvienībām vai pa mantas veidiem, kā arī veikt uzņēmuma saistību pārbaudi. Uzņēmuma vadītājs var izveidot vienu inventarizācijas komisiju visas uzņēmuma mantas un saistību inventarizēšanai. Uzņēmuma vadītājs, kurš ir tiesīgs grāmatvedību kārtot pats, arī inventarizāciju var veikt pats.

Inventarizāciju uzņēmumā veic saskaņā ar uzņēmuma vadītāja apstiprinātām inventarizācijas instrukcijām (turpmāk – inventarizācijas instrukcija). Inventarizācijas instrukcijā nosaka pārskata gada slēguma inventarizācijas un citu inventarizāciju sagatavošanas, veikšanas un norises kārtību, ja tādas uzņēmumā paredzētas, kā arī inventarizācijas sarakstu sagatavošanas un noslēgšanas

kārtību. Šo noteikumu 76. punktā minētais uzņēmuma vadītājs, kurš var inventarizāciju veikt pats, ir atbrīvots no inventarizācijas instrukcijas sagatavošanas, ja šo noteikumu 77. punktā minētajā rīkojumā viņš ietver nepieciešamos inventarizācijas nosacījumus.

Inventarizācijas sarakstu sagatavo tā, lai visā tā glabāšanas laikā nezustu tajā ietvertā informācija, kā arī būtu iespējams radīt šā dokumenta atvasinājumu. Ja inventarizācijas sarakstu sagatavo elektroniski, izmantojot grāmatvedības datorprogrammu, nodrošina tajā iekļautās informācijas attēlošanu datora vai citas elektroniskas ierīces ekrānā cilvēklasāmā formātā. (MK noteikumu Nr. 877 "Grāmatvedības kārtošanas noteikumi").

Pētījuma metodoloģija

Pētījumā tika izmantotas šādas metodes: monogrāfiskā metode – bibliogrāfisko avotu izpēte par inventarizācijas procesa norisi, metodēm, kā arī normatīvo aktu izpēte, apskata sagatavošana; analīze; sintēze – SIA "X" ražošanas uzņēmuma inventarizācijas procesa izpēte un analīzes sagatavošana; aptauja – ar anketas palīdzību noskaidrotas četru uzņēmuma darbinieku domas par pašreizējo inventarizācijas procesu un apkopoti rezultāti, rezultātu atskaites sagatavošana; grafiskā metode – anketēšanas rezultātu atspoguļojums.

Pētījuma rezultāti

Pētījuma gaitā tika sasniegti šādi rezultāti – izanalizētas inventarizācijas procesa teorētiskās nostādnes, kā arī normatīvie akti, kuri regulē inventarizācijas procesa norisi uzņēmumos Latvijas Republikā. Pēc iepazīšanās ar teorētiskajām nostādnēm tika izveidots apskats, iekļaujot arī normatīvajos aktos esošo informāciju. Izpētīta inventarizācijas procesa norise uzņēmumā SIA "X" un salīdzināta ar normatīvajos aktos minētajām prasībām, kā arī izstrādāts apskats. Ar anketas palīdzību aptaujāti uzņēmuma esošie 4 inventarizācijas komisijas dalībnieki, apkopoti rezultāti, izveidots respondentu atbilžu apskats un izdarīti secinājumi.

Kopumā tika uzdoti 6 jautājumi anonīmā anketā 4 inventarizācijas komisijas dalībniekiem (grāmatvežiem).

Rezultāti liecina par to, ka 100 % tiek veikta ikgadēja instruēšana par inventarizācijas procesa norisi uzņēmumā, lai gan tikai 50 % aptaujāto pārzina normatīvajos aktos esošās prasības. Vadībai vajadzētu pārbaudīt komisijas darbinieku zināšanas un prasmes, pirms pielaist pie tik atbildīga darba, tas var novest pie dažādām novirzēm gan inventarizācijas procesā, gan rezultātos.

Atbildot uz jautājumu: "Vai Jūs apmierina inventarizācijas procesa norise uzņēmumā?", 75 % aptaujāto atbildēja pozitīvi. Tas var liecināt par to, ka vadībai, veidojot inventarizācijas instrukcijas, vajadzētu pārskatīt un mainīt.

Tika noskaidrots, ka inventarizācija tiek veikta divreiz gadā, par to liecina 100 % pozitīva respondentu atbilde uz jautājumu: "Vai inventarizācija tiek veikta biežāk nekā reizi gadā?" Tā kā uzņēmums ir strauji augošs, tad inventarizācijas būtu nepieciešams veikt biežāk nekā reizi gadā gan plānveida, gan papildu inventarizācijas.

Lai gan visi grāmatveži uzņēmumā ir ar pieredzi, bieži vien tiek konstatētas novirzes, gan veicot krājumu uzskaiti, gan apkopojot inventarizācijas rezultātus. Par to liecina 75 % aptaujāto. Lai gan tas notiek salīdzinoši bieži, bet attiecīgajā ražošanas uzņēmumā tas esot pieļaujami, tā secina vecākā grāmatvede.

Kā viens no būtiskākajiem jautājumiem anketā bija: "Vai moderno tehnoloģiju ieviešana (elektroniska objektu skaitīšana) inventarizācijas procesā būtiski atvieglotu darbu?" Tika saņemta 100 % pozitīva atbilde, ka tas ne tikai atvieglotu, bet arī uzlabotu inventarizācijas procesu. Lai moderno tehnoloģiju ieviešana var būt viegli panākama, ja uzņēmuma darbinieki ikdienā tās izmanto un vēlas apgūt jaunas prasmes, līdz ar to elektroniska inventarizācijas procedūras norise varētu radīt mazākas problēmas.

Galvenie darba secinājumi un priekšlikumi: uzņēmuma inventarizācijas procesā iesaistītie darbinieki pilnīgi nepārzina normatīvo aktu prasības, tādēļ nepieciešams tās pilnveidot; uzņēmuma krājumi neatrodas vienā noliktavā, tāpēc uzņēmuma vadībai jāizveido viena atsevišķa noliktava; darbiniekiem inventarizācijas process šķiet fiziski un psiholoģiski nogurdinošs, tādēļ jārūpējas, lai tas noritētu dienas pirmajā daļā. Lai izvairītos no kļūdām inventarizācijas procedūras laikā, ieteicams objektus pārskaitīt vismaz divas reizes, un vēlams dažādām personām.

Tika arī uzzināts, vai, apkopojot inventarizācijas rezultātus, tiek konstatētas novirzes un kas ir šo noviržu iemesls. Rezultāti ir noderīgi ne tikai pašam ražošanas uzņēmumam, bet arī citiem augošajiem uzņēmumiem.

Secinājumi

Galvenie darba secinājumi un priekšlikumi: uzņēmuma inventarizācijas procesā iesaistītie darbinieki pilnvērtīgi nepārzina normatīvo aktu prasības, tādēļ nepieciešams tās pilnveidot, un darbiniekus iepazīstināt ar šīm prasībām; uzņēmuma krājumi neatrodas vienā noliktavā, tāpēc uzņēmuma vadībai jāspēj nodrošināt inventarizācijas procesā iesaistīto darbinieku ērtu piekļuvi noliktavām; darbiniekiem inventarizācijas process šķiet fiziski un garīgi nogurdinošs, tādēļ jārūpējas, lai tas noritētu dienas pirmajā daļā vai tas jāsadala vairākos posmos. Lai izvairītos no kļūdām inventarizācijas procedūras laikā, ieteicams objektus pārskaitīt vismaz divas reizes, vēlams dažādām personām. Kā arī moderno tehnoloģiju ieviešana (elektroniska objektu skaitīšana) inventarizācijas procesā būtiski atvieglotu darbu. Pētījuma rezultātiem ir praktiska vērtība, jo lielākā daļa sagatavoto priekšlikumu ir realizējami un sasniedzami laika posmā līdz nākamajai inventarizācijai. Pētījumu ir iespējams turpināt un izpētīt uzņēmuma inventarizācijas procesa norisi sīkākās niansēs, piemēram, iepazīties ar visiem inventarizācijas rezultātiem un pieļautajām kļūdām un analizējot to rašanās iemeslu, ja vien to vēlas uzņēmuma vadība.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. iFinanses.lv (bez gada). Inventarizācija. [skatīts 21.12.2023.]. Pieejams: https://ifinanses.lv/iveidlapas/gramatvediba/inventarizacijas
2. iTiesibas.lv (bez gada). Inventarizācija. [skatīts 21.12.2023.]. Pieejams: https://itiesibas.lv/iveidlapas/gramatvediba/inventarizacijas
3. Kelmere, L. (2021). Inventarizācijas veikšana un dokumentēšana. [skatīts 21.12.2023.]. Pieejams: https://www.kase.gov.lv/sites/default/files/public/PD/Metodika/Prezentacijas/0_Seminars_Kelmere_Budzeta_iest_Inventarizacija_f.pdf
4. Latvijas Zinātņu akadēmija (2000). Terminu skaidrojošā vārdnīca. [skatīts 21.12.2023.]. Pieejams: https://termini.gov.lv/kolekcijas/71/skirklis/387545
5. Mālderis G. (2005) Inventarizācijas. Rīga: SIA Biznesa augstskola Turība
6. Ministru kabinets (2021). MK noteikumu Nr. 877 “Grāmatvedības kārtošanas noteikumi”. [skatīts 21.12.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/328707-gramatvedibas-kartosanas-noteikumi
7. Saeima (2021). Grāmatvedības likums. [skatīts 21.12.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/324249-gramatvedibas-likums

Viktorija Stepurova, Ralfs Veidenbaums. CENU VEIDOŠANAS METODES

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Uzņēmējdarbības vadība", e-pasts: stepurova917@gmail.com, rveidenbaums@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: pareizi izvirzītas cenas un to stratēģija ir viens no svarīgākajiem plāna punktiem veiksmīgas peļņas gūšanai uzņēmumam, ir svarīgi zināt, kā izvēlētajā tirdzniecības jomā veidot konkurētspējīgas cenas un kā pielietot cenu stratēģiju.

Pētījuma mērķis: izpētīt cenu veidošanas metodes un analizēt metožu izvēles kritērijus.

Pētījuma metodes: zinātniskās literatūras analīze, datu savākšanas, sintēzes un loģiski-konstruktīvā metode.

Sasniegtie rezultāti: autori pēta cenu veidošanās metodes, cenu veidošanas stratēģiju izmantošanas jomas, ārējo faktoru ietekmi uz cenu veidošanos, analizē, kā tiek veiksmīgi veidotas cenas uzņēmumos, cenu atlaižu veidošanas faktori. Autori pēta katru cenu veidošanas stratēģiju, tās labāko pielietojumu jomā vai konkrētā situācijā.

Atslēgas vārdi*: cenu veidošana, peļņas gūšana, pareiza cenu stratēģija.*

Ievads

Cenu pētnieciskā metode ir viens no biežāk izmantotajiem pētījumu veidiem, lai veiktu pētījumus par cenu līmeni un cenu dinamiku dažādos tirgos. Šajā pētnieciskajā darbā tiks aplūkotas cenu veidošanas metodes, kas izmantotas, veidojot cenu līmeni un cenu dinamiku trīs e-cigarešu veikalos. Tiks pētīti trīs uzņēmumu veikali – SIA "A" , SIA "B" un SIA "C". Mērķis ir iegūt priekšstatu par to, kāda ir cenu politika šajos veikalos un kā tā ietekmē pircēju izvēli.

Turpinot, ir svarīgi pieminēt, ka e-cigaretes ir kļuvušas par aizvien populārāku alternatīvu tradicionālajām cigaretēm, un tāpēc ir svarīgi izprast cenu politiku un cenu dinamiku šajā tirgū. E-cigarešu veikali ir viens no svarīgākajiem spēlētājiem šajā tirgū, un tāpēc šī pētnieciskā darba izpēte par cenu politiku un cenu dinamiku šajos veikalos varētu sniegt svarīgu informāciju par e-cigarešu tirgus attīstību.

Lai izpētītu cenu politiku un cenu dinamiku šajos veikalos, tiks veikti vairāki soļi. Pirmkārt, tiks izpētītas veikalu mājas lapas un veikali, lai iegūtu informāciju par cenām un produktu piedāvājumu. Otrkārt, tiks analizētas sociālo tīklu lapas, lai iegūtu informāciju par cenu dinamiku un iespējamām akcijām un atlaidēm. Treškārt, tiks veiktas intervijas ar veikalu vadītājiem un pārdevējiem, lai iegūtu viņu viedokli par cenu politiku un cenu dinamiku.

Pētnieciskā darba rezultāti tiks apkopoti un analizēti, lai iegūtu priekšstatu par cenu līmeni un cenu dinamiku šajos veikalos, kā arī par to, kāda ir cenu politika šajos veikalos un kā tā ietekmē pircēju izvēli. Pētnieciskā darba rezultāti varētu būt noderīgi gan pircējiem, gan arī veikalu vadītājiem, lai uzlabotu cenu politiku un palielinātu pircēju apmierinātību.

Analītiskais apskats

Pareizas preces cenas noteikšana ir saistīta ar mārketingu un četriem tās elementiem: produkts, tā reklamēšana, tā pieejamība un, vissvarīgākais, tā cena. Preču pieprasījuma līmeni un piedāvājuma apjomu netieši nosaka preces cena. Ja uzņēmums savām pārdodamajām precēm nosaka cenu bez iepriekšējas izpētes un uzliek pārāk augstu cenu, vai tieši pretēji – pārāk zemu cenu, tas

nelabvēlīgi iespaidos sniegtā piedāvājuma panākumus un līdz ar to paaugstināsies cenas elastības mērījuma nozīmīgums. Pārdošanas cena nosaka visas darbības rentabilitāti un kalpo arī kā uzņēmuma tēla sastāvdaļa, tāpēc ir ļoti svarīgi pareizi noteikt cenu. Cenām ir šādi iedalījumi:

1. pieprasījuma cena – maksimālā, ko gatavs maksāt klients;
2. starta cena – piemēro jaunam produktam vai produktam nonākot jaunā tirgū;
3. piedāvājuma cena – minimālā, par kuru piedāvātājs ir gatavs pārdot pakalpojumu;
4. tirgus cena – izveidojusies tirgū pieprasījuma un piedāvājuma ietekmē;
5. produkta pilna cena – maksimālā summa par produktu bez atlaidēm, ko noteicis piedāvātājs;
6. elastīga cena – pamatprincipi, kurus noteicis piedāvātājs saviem pakalpojumiem;
7. dempinga cena – izteikti zemāka cena salīdzinājumā ar nostabilizējošos tirgus cenu;
8. līdzsvara cena – piedāvājums un pieprasījums ir līdzsvarā (Forands, 2018, 41. lpp.).

Pastāv vairāki iemesli, kas nosaka piedāvājuma izmantošanu atkarībā no cenas:

1. unikāla piedāvājuma efekts;
2. analogu nezināšanas efekts (klientam nav informācijas par citiem piedāvājumiem);
3. salīdzināšanas efekts (klientam cena nerada pārdomas, viņš nespēj piedāvājumus salīdzināt, jo nezina, kāda ir pakalpojumu pakete);
4. ieguvuma efekts (klientam nerodas pārdomas par cenu, jo tā veido nelielu daļu no viņa ienākumiem vai komandējuma naudas);
5. kvalitātes efekts (klientam nav nozīmīga cena, bet piedāvājuma kvalitāte) (Forands, 2018, 41. lpp.).

Tomēr klients bieži vien izvēlas piedāvājumu, kuram viņa skatījumā ir atbilstoša vērtība, ko nosaka līdzekļu ekonomija, piedāvājuma lietišķums, laika ekonomija, arī emocionālais stāvoklis, proti, apmierinātība ar piedāvājumu (Forands, 2018, 42. lpp.).

Plānojot savu biznesu, viens no svarīgākajiem uzņēmuma lēmumiem ir preces cenas noteikšana. Cena būtiski ietekmē uzņēmuma ienākumus un līdz ar to arī peļņu. Ja pēc preces ir liels pieprasījums un tai nav konkurences, var noteikt cenu, kas sedz izdevumus un paredz lielu peļņas daļu. Bet, ja nav monopola stāvokļa, tad, ņemot vērā tirgus cenu, jāizvēlas tāda cena precei, lai tā būtu konkurētspējīga un vienlaikus rentabla. Ja uzliks augstu cenu, kas neatbilst cenas kvalitātei, diez vai pircēji gribēs tādu maksāt, un šāda cena nenesīs gaidīto peļņu. Tāpēc jāpadomā, vai noteiktā cena atbilst klientu priekšstatiem par kvalitatīvas preces cenu (Preiļu Valsts ģimnāzija, 2007).

Cenas noteikšanai dažkārt izmanto intuitīvo metodi – uzņēmuma vadītājs orientējas uz savu praktisko pieredzi. Šādi vadītājs var rīkoties, apzinoties, ka tirgū ir pieprasījums, vai otrādi. Intuitīvā metode neprasa ieguldījumus un speciālus pētījumus, bet tā ir atkarīga no vadītāja veiksmes un pieredzes, bet, nepretstatot cenu izmaksām, var kļūdīties un negūt vēlamo peļņu. Veiksmīgāka metode ir orientēšanās uz konkurentu cenu konkrētā situācijā, ja salīdzina līdzīga produkta cenu ar līdzīgiem produktiem noteiktām cenām. Metode ir nepilnīga, jo netiek ievērots citu uzņēmumu tēls, kā arī izmaksas. Turklāt konkurenti var izspēlēt īslaicīgu cenu pazeminināšanas variantu vai arī lietot dempinga cenu. Visbiežāk izmanto tirgus testēšanas metodi. Tās pamatā ir tirgū notiekošo cenu izmaiņu ilglaicīga fiksēšana un to salīdzināšana ar pieprasījuma testēšanu. Šāda metode var nodrošināt visaugstāko cenu. Grūtības sagādā klientu piegādātāji, kuri cenu noteikuši savā līgumā ar klientiem, un tā var neatbilst cenai, ko viņi iekļauj līgumā ar uzņēmumu (Forands, 2018, 42. lpp.).

Visu sarežģī tas, ka spēja gūt potenciālo peļņu ietekmē nepārtraukti mainīgās tehnoloģijas, jauni regulējumi, tirgus pieprasījuma izmaiņas, cilvēku vēlmes un relatīvās izmaksas. Līdz ar to uzņēmumi, kas vēlas palielināt savu peļņu šajos mainīgajos laikos, bieži lauž vecos noteikumus, tostarp arī tos, kas iepriekš noteica preču cenas, lai gūtu peļņu. Mūsu interese stratēģiskās cenas noteikšanā aizsākās laikā, kad telekomunikāciju nozare tika deregulēta lielākajā daļā attīstīto valstu un jaunie piegādātāji ievēroja iespēju gūt gan daļu tirgus kontroles, gan peļņu, aizvietojot tolaik dominējošos *cena par minūti* peļņas modeļus ar inovatīvākiem modeļiem, sākot ar cenas uzstādīšanu par tarifu ar pīķa minūtēm un papildus iekļaujot bezmaksas nepīķa laika runāšanas minūtes. Vēlāk tika ieviesti ģimenes plāni, kuros runājamās minūtes tika sadalītas pa vairākiem telefona numuriem. Ļoti līdzīgi kompānija "Apple" kļuva par līderi mūzikas tirgū, lielākoties pateicoties tam, ka interneta parādīšanās samazināja distribūcijas izmaksas un viņi bija pirmie, kas pamanīja, ka labāk dziesmas ir pārdot atsevišķi, nevis ar visu albumu. Šī izdevuma rakstīšanas laikā dominējošais peļņas modelis mūzikas jomā ir atkal mainījies, tirgū ienākot ar abonēšanas iespēju veidotām straumēšanas platformām kā "Spotify" un "Apple Music®" (Nagle and Müller, 2018, p.1–2).

Daudzi cilvēki cenas uzskata par vienkāršiem šķēršļiem, lai iegūtu sev vēlamās lietas. Bet augstās cenas nav iemesls, kāpēc visi nevar dzīvot pludmales mājā. Tieši pretēji, realitāte ir tāda, ka nemaz nav ne tuvu tik daudz pludmales māju un cenas ir tikai veids, kā parādīt šo pamatā esošo realitāti. Tās nav cenas, kas izraisa trūkumu, kuras vietā varētu pastāvēt jebkura cita sociāla norēķināšanās sistēma, kas aizstātu cenas. No sabiedrības skatupunkta izmaksa jebkam ir tik vērta, cik tai ir alternatīvu pielietojumu (Baker, 2006, p. 60).

Pieņemts, ka pastāv pieci cenas veidošanās priekšnoteikumi:

1. cenas noteikšana un mārketings ir cieši saistīti;
2. vienmēr jāatceras, ka produkta cenu nosaka tirgus;
3. jebkurā brīdī jāmēģina noteikt bezzaudējuma punktu jebkuram piedāvājuma apjomam un izdevumiem;
4. grūtāk ir pacelt cenu nekā to pazemināt;
5. jācenšas nepazemināt cenu (Forands, 2018, 42. lpp.).

Pavisam ir trīs patērētāju pirkumu iegādes lēmumu veidi, kas atšķiras pēc iesaistes līmeņa un citiem faktoriem: rutīnas iegādes veids, limitētas izvēles veids vai padziļinātas izvēles veids. Patērētājs izmantos rutīnas iegādes veidu pērkot regulāri nepieciešamās lietas, zemu izdevumu lietas, kuru iegādei nepieciešama neliela meklēšana un vienkārša izvēle. Patērētājs varētu dot priekšroku zināmam zīmolam, bet viņš tāpat būs apmierināts ar vairākiem zīmoliem dažādās produktu klasēs. Parasti nelielas atšķirības produkti tiek iegādāti, izmantojot rutīnas iegādes veidu, tātad, gandrīz automātiski. Piemēram, pircēji pavada maz laika vai pūļu lielveikalā, izvēloties tādas preces kā, piemēram, bezalkoholiskos dzērienus vai baterijas. Ja pircēja vēlamais zīmols nav pieejams, viņi bez lielām pārdomām izvēlēsies konkurējošos produktus. Pircēji izmanto limitētas izvēles veidu tad, kad tiek pirkti produkti neregulāri, vai no nepazīstamiem ražotājiem pazīstamā produktu kategorijā. Šāda veida izvēles veikšanai ir nepieciešams nedaudz vairāk laika informācijas ievākšanai un analizēšanai. Piemēram, ja veikalā parādītos jauns "Pantene" ražotāja šampūns, ieinteresētie pircēji meklēs papildu informāciju par jauno produktu, iespējams, pajautājot draugam, kas to iepriekš ir lietojis, noskatoties reklāmu par šo produktu, vai, apmeklējot produkta kompānijas mājaslapu, pirms tiks veikts izmēģinājuma pirkums. Vissarežģītākais iegādes lēmuma pieņemšanas veids ir padziļinātās izvēles veids, kas ir saistīts ar lielu iesaisti, nepazīstamām, dārgām vai reti pērkamām lietām, piemēram, datoru, mašīnu vai ārsta, jurista pakalpojumu izmantošanu. Pircējs izmantos vairākus kritērijus, lai novērtētu alternatīvos ražotājus vai izvēles un iztērēs daudz laika meklējot informāciju pirms veiks gala pirkumu (Pride and Ferrell, 2020, p. 190).

Galvenās kļūdas, ko pieļauj uzņēmums cenu politikā, ir šādas:

1. pārāk liela uzmanība tiek veltīta izdevumiem;
2. cenas tiek tūlīt pārskatītas, ja notikušas izmaiņas tirgū (inflācija, konkurentu cenas);
3. tiek noteiktas zemākas cenas, nekā nepieciešams;
4. noteiktas pārāk lielas un biežas cenu atlaides;
5. ir izveidojusies pārliecība, ka klientu interesē tikai cena;
6. biznesā ir pieņemts izmantot vairākus taktikas variantus (Forands, 2018, 42. lpp.).

Pieprasījuma cenu elastība parāda, cik daudz preču vai pakalpojuma pieprasītais daudzums mainās salīdzinājumā ar pārbaudītajām tā cenas izmaiņām. Kopumā ir produkti, kas patiešām ir jutīgi pret cenu izmaiņām. Tādā veidā, ka vienkāršs tā cenas pieaugums rada spēcīgu minētā produkta pieprasītā daudzuma samazinājumu. Tāpat neliels tā cenas kritums izraisīs spēcīgu pieprasīto daudzumu samazinājumu. Jāsaka tieši pretēji, ka ir daži produkti, kaut arī minimāli, bet, ņemot vērā cenu izmaiņas, pieprasījums mainās slikti. Ņemot vērā elastības pakāpi, var izšķirt piecus specifiskus pieprasījuma veidus:

1. Elastīgs: šis elastības veids tiek pierādīts, ja nelielas cenu izmaiņas izraisa lielākas izmaiņas pieprasītajos daudzumos. Konkrēti tiek norādīts, ka tad, kad jebkuras preces pieprasījuma cenu elastība ir lielāka par 1, tiek atzīts, ka šai precei ir elastīgs pieprasījums.
2. Vienots: šāda veida elastība rodas, ja cenu svārstības izraisa proporcionāli vienādas pieprasījuma izmaiņas. Tāpēc to atzīst, ja preces pieprasījuma cenu elastība ir vienāda ar 1.
3. Neelastīgs: šāda veida elastība kļūst acīmredzama, ja lielas cenu svārstības praktiski neietekmē pieprasītos daudzumus. Tādējādi, ja elastība ir mazāka par 1, ir acīmredzama neelastīgā elastība.
4. Pilnīgi elastīga: praktiski šāda veida elastība tiek klasificēta kā ārkārtējs gadījums. Šajā ziņā tas notiek, ja pieprasījuma cenu elastība ir vienāda ar bezgalību.
5. Pilnīgi neelastīgs: šis elastības veids, tāpat kā pilnīgi elastīgais elastīgums, tiek klasificēts arī kā pieprasījuma elastības ārkārtējs gadījums. Tiek teikts, ka tas ir neelastīgs, ja pieprasījuma elastība ir vienāda ar nulli (economy-pedia.com, 2021).

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma darba autori izmantoja šādas metodes:

1. Literatūras pētījums: pētījuma sākumā tiks veikts literatūras pētījums par cenu veidošanas metodēm, to priekšrocībām un trūkumiem;
2. Praktiskā izpēte: tiks veikta praktiskā izpēte, analizējot cenu veidošanas metodes, kas tiek izmantotas dažādos e-cigarešu veikalos Latvijā;
3. Datu apkopošana un analīze: praktiskās izpētes rezultāti tiks apkopoti un analizēti, lai noteiktu, kādas cenu veidošanas metodes ir vispiemērotākās e-cigarešu veikalu realizācijas uzlabošanai Latvijā;
4. Secinājumi un ieteikumi: pēc datu apkopošanas un analīzes tiks izstrādāti secinājumi un ieteikumi par efektīvām cenu veidošanas metodēm e-cigarešu veikalu realizācijas uzlabošanai.

Pētījuma rezultāti

Darba autori, veicot pētījumu noskaidroja, ka uzņēmums SIA "A", kā viens no vadošajiem uzņēmumiem e-cigarešu tirgū Latvijā, nosaka uzcenojumu 62–100 % produkcijai. Šādi uzņēmums izmaksām pievieno uzcenojumu, kas ir lielāks nekā pārējos pētītajos uzņēmumos. Vidēji visi e-cigarešu šķidrumi maksā 6,49 eiro par vienību. Šādas stratēģijas priekšrocības ir tādas, ka cenas ir viegli aprēķināmas: uzcenojuma cenas ir vienkārši saprotamas, ļaujot uzņēmumiem viegli noteikt cenas saviem produktiem. Elastīgums: uzņēmumi var pielāgot savu uzcenojuma procentuālo daļu atkarībā no tirgus apstākļiem, piemēram, palielināt to augsta pieprasījuma laikā un samazināt to laikā, kad pieprasījums ir zems. No trūkumiem: varētu būt neatspoguļota produkta patiesā vērtība: uzcenojuma noteikšanā netiek ņemta vērā produkta uztvertā vērtība vai konkurence, kas nozīmē, ka dažos gadījumos produktam var būt pārāk augsta cena. Nekonkurētspējas risks: uzņēmumi var noteikt pārāk augstas cenas saviem produktiem, salīdzinājumā ar konkurentiem, un zaudēt tirgus daļu.

Lai novērstu uzcenojuma cenu noteikšanas trūkumus, uzņēmums var veikt tirgus izpēti, lai izprastu produkta uztverto vērtību un konkurentu cenas, un izmantot šo informāciju, var precīzāk noteikt produkcijas cenas. Uzņēmums var arī piedāvāt akcijas vai atlaides, lai padarītu savus produktus konkurētspējīgākus.

Uzņēmums "B" produkta izmaksām pievieno nelielu uzcenojumu, kas ir mazāks par uzņēmuma "A" un "C" pievienoto uzcenojumu. Uzņēmums izmanto vairākas cenu noteikšanas metodes, pirmā, balstoties uz preces pašizmaksu plus uzcenojumu, kas ir noteikts ekskluzīvām un mazāk pieprasītām precēm, un otrā, kuru veido balstoties uz vidējās tirgus cenas noteikšanas stratēģiju. Pieprasītākai produkcijai cena ir vienāda vai zemāka par tirgus cenu, par 0,50–1,00 eiro e-cigarešu šķidrumiem. Pašām e-cigaretēm un to aksesuāriem cena ir mazāka par 2,00–5,00 eiro. Tas var liecināt par to, ka uzņēmums šādā veidā mēģina ātri ieņemt tirgus daļu un piesaistīt vairāk pret cenu jūtīgākus klientus. Bet mazāk pieprasītai, ekskluzīvai precei cena ir pretēji augstāka par 0,50–1,00 euro par vienību. Parunājot ar pārdevējiem, noskaidrojām, ka dārgāka prece tiek tirgota kā ekskluzīva un pieejama tikai šajā veikalā, un bieži vien klientu acīs tiek uztverta, kā kvalitatīvāka, salīdzinot ar vairāk pieprasītākām precēm, un šādu preci vairāk iegādājas patstāvīgie klienti. Kā iepriekš jau minēts, viena no priekšrocībām ir zemākas cenas noteikšana nekā konkurentiem, tas palīdz uzņēmumam ātri iegūt tirgus daļu un piesaistīt jaunus klientus. Tiek veicināta klientu lojalitāte: klienti, visticamāk, atgriezīsies, lai iepirktos šajā veikalā, jo viņi uztvers cenu un produkta vērtību. No trūkumiem: nosakot zemāku cenu nekā konkurentiem, peļņas robežas var būt zemas, kas uzņēmumam var apgrūtināt cenu stratēģijas uzturēšanu ilgtermiņā. Iespējams cenu kara risks: cenas pazeminināšana var izraisīt cenu karu ar konkurentiem, kas var kaitēt nozarei kopumā.

Lai novērstu cenu noteikšanas metodes trūkumus, šis uzņēmums var ieviest jaunus vai uzlabotus produktus, lai palielinātu savu produktu uztverto vērtību, un pēc tam attiecīgi paaugstināt cenas. Uzņēmums var arī koncentrēties uz izmaksu samazināšanas pasākumiem, lai palielinātu peļņu, vienlaikus saglabājot zemākas cenas.

Uzņēmums "C" izmanto premiālo cenu noteikšanas metodi, kas nosaka augstāku cenu savam produktam, jo klienta uztverē tiek uzskatīts kā kvalitatīvāks vai tam ir pievienotas funkcijas, salīdzinājumā ar līdzīgiem produktiem. Šajā gadījumā cena 7,00 eiro par vienību e-cigarešu šķidrumam un pašu e-cigarešu un to aksesuāru cena ir par 2,00–4,00 eiro lielāka, iespējams, šī ir pastāvīga cenu noteikšanas stratēģija, kas atspoguļo preces uztverto vērtību. No priekšrocībām, nosakot augstāku cenu nekā konkurentiem, var iegūt augstu peļņas robežu, kas var būt izdevīga uzņēmumam. Augstākas cenas var atspoguļot produkta uztverto vērtību, piemēram, tā kvalitāti vai pievienotās īpašības. No trūkumiem: produkcija var nebūt pieejama visiem klientiem. Nosakot augstākas cenas dažiem klientiem var padarīt produktu nepieņemamu, kas var ierobežot uzņēmuma tirgus potenciālu. Augstākas cenas var radīt priekšstatu, ka produkcija ir pārcenota, kas var negatīvi ietekmēt uzņēmuma reputāciju.

Uzņēmums var piedāvāt arī naudas atgriešanas garantiju vai apmierinātības garantiju, lai palielinātu klientu uzticību precei un attaisnotu augstās cenas. Lai piesaistītu pret cenu jūtīgākus klientus, uzņēmums var piedāvāt akcijas vai atlaides precēm, pērkot tās vairumā, var piedāvāt vairāku preču komplektus, kuri būs izdevīgāki nekā pērkot preces atsevišķi, piemēram, pērkot e-šķidrumu kopā ar e-cigareti vai tās aksesuāru. Lai saglabātu uzņēmuma reputāciju un klientu lojalitāti, uzņēmums var koncentrēties uz izcilu klientu apkalpošanu vai lojalitātes programmas piedāvāšanu, kā piemēram, atlaides pieejamai produkcijai. Lai netiktu uzskatīts, ka uzņēmums pārceno piedāvāto produkciju klientiem, tas var atklāti noteikt cenas un paskaidrot, kāpēc tiek izmantota šāda stratēģija un ka šīs izmaksas ir ieguldījums turpmākā uzņēmuma attīstībā.

Secinājumi

Pareizas cenas noteikšana kādai precei ir mārketinga sastāvdaļa un to ietekmē vairāki faktori, kā piemēram, pieprasījuma cena, tirgus cena, reklāma preces pieejamība un jaunas tehnoloģijas. Katram pircējam ir savi kritēriji, pēc kuriem vadoties, viņš iegādāsies savu preci, tāpēc ir ļoti svarīgi sekot līdzi šiem kritērijiem un aktīvi jāmēģina tos noskaidrot, jo tie bieži mainās, atkarībā no vēlmēm un citu cilvēku pieredzes. Cenas noteikšanai arī pielieto vairākas metodes, kā intuitīvo metodi, orientēšanās uz konkurentu cenām un visbiežāk izmantoto tirgus testēšanas metodi. Ļoti svarīgi ir savu preces tirgošanas veidu mēģināt attīstīt, jo, ja tirgošanas veids pašlaik ir ienesīgs, pēc pāris gadiem ienesīgums sāks krist. Veidojot cenu, jāseko tās veidošanas priekšnoteikumiem un pie tiem ir stipri jāpieturas, ir arī jāievēro, lai netiktu pieļautas biežāk sastopamās kļūdas.

Rezumējot pētījumu, trīs uzņēmumi izmanto dažādas cenu noteikšanas stratēģijas: uzņēmums "A" izmanto uzcenojumu ar augstu uzcenojuma procentu, uzņēmums "B" izmanto izmaksu plus uzcenojuma un tirgus cenu kombināciju un uzņēmums "C" izmanto augstākās, premiālās cenas, pamatojoties uz maksimālo uzcenojumu, ko patērētājs gatavs maksāt. Katrai stratēģijai ir savas priekšrocības un trūkumi, un uzņēmumi var izmantot dažādas metodes, lai novērstu savas cenu noteikšanas metodes trūkumus, piemēram, tirgus izpēti, akcijas, atlaides un izmaksu samazināšanas pasākumus. Turklāt uzņēmumi var koncentrēties uz produkta uztvertās vērtības radīšanu un izcilu klientu apkalpošanu, lai attaisnotu augstākas cenas.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Economy-pedia.com (2021). Pieprasījuma cenu elastība. [skatīts 21.01.2023.] Pieejams: https://lv.economy-pedia.com/11040779-price-elasticity-of-demand
2. Forands, I. (2018). Menedžmenta mazā enciklopēdija. Rīga: Latvijas Izglītības fonds.
3. Preiļu Valsts ģimnāzijas mājaslapa (2007). Cenas noteikšana. [skatīts 18.01.2023.] Pieejams: http://old.pvg.edu.lv/datori/konkursi/2007_web/vsk/ienac_biznesa_pasaulee_ volonte/7lapa.htm
4. Baker, R. J. (2007). Pricing on Purpose: Creating and Capturing Value. New Jersey, Hoboken: John Wiley & Sons Inc.
5. Nagle, T. T., Müller, G. (2018). The Strategy and Tactics of Pricing. New York: Routledge.
6. Pride, W. M, Ferrell, O. C. (2020). Marketing. Boston: Cengage Learning.

Madara Ilze Eglīte. CENU VEIDOŠANAS POLITIKA ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Grāmatvedība", e-pasts- ilzite1124@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: cena nosaka uzņēmuma vietu konkurences zonā, kas ir pamats klientu piesaistīšanai un veiksmīgai peļņas gūšanai. Ilgtspējīgas un konkurences tirgū noturīgas cenas viens no galvenajiem veidošanās nosacījumiem ir produkta pašizmaksa. Sadārdzinoties produktiem, palielinās ēdienu pašizmaksa, no kā izriet nepieciešamība izvēlēties piemērotāko cenu veidošanas metodi, lai uzņēmums neciestu zaudējumus. Kā liecina Centrālās statistikas pārvaldes publicētā informācija, straujais izmaksu kāpums ietekmē visas nozares un pirmo reizi kopš 2009. gada sākuma pakalpojumu cenu inflācija Latvijā ir pārsniegusi 10 %.

Pētījuma mērķis: balstoties uz pētāmā uzņēmuma analīzi un teorētisko nostādņu izpēti, pilnveidot cenu veidošanas stratēģiju.

Pētījuma metodes: monogrāfiskā jeb aprakstošā, kvalitatīvā, indukcija un dedukcija.

Sasniegtie rezultāti: pētījums sastāv no divām daļām, kur pirmajā daļā darba autore pēta cenu veidošanas pamata nosacījumus. Otrajā daļā – praktiski aplūko un analizē cenu veidošanas politiku ēdināšanas jomā un eiro zonas ietekmi uz to pētāmajā uzņēmumā. Darba izstrādes gaitā autore secināja, ka katram ēdienam izmaksas ir atkarīgas no produktu klāsta receptūrā un uzcenojuma, kura vērtību uzņēmums izvēlas pats. Cenu kāpumu ietekmēja strauji augošā inflācija, kas visvairāk skāris Baltiju un Somiju. Lielu lomu cenu veidošanā spēlē ieņēmumi un izdevumi, ko uzņēmumā kontrolē grāmatvedība. Autores priekšlikums ir, pirmkārt, apzināt uzņēmuma īstermiņa un ilgtermiņa mērķus un uzdevumus, lai izveidotu šo mērķu sasniegšanai atbilstošu cenu politiku izvairoties no *geimifikācijas* jeb spēles uztveres, otrkārt, atrast atbilstošāko stratēģiju, kā nepazaudēt konkurētspējīgu vietu tirgū.

Atslēgas vārdi: *cenu veidošanas politika, konkurence, inflācija.*

Ievads

Darba autore ēdināšanas jomā strādā divus gadus, taču šajā laika periodā ļoti spilgti novēroja, cik sīva konkurence ir starp šīs nozares uzņēmumiem cenu un ēdienu kvalitātes ziņā. Kā pētāmo uzņēmumu autore izvēlējās SIA "MOKKA", kas piedāvā bāra un banketa pakalpojumus. Lielas pārmaiņas uzņēmumam nāca ar Covid-19 vīrusa uzliesmojumu, kad bārs cieta lielus zaudējumus, pēc nestabilas atgriešanās darba tirgū sākās karadarbība Ukrainā, līdz ar ko eiro zonā cēlās inflācijas līmenis un līdz ar produktu sadārdzināšanos bija jāpaceļ uzcenojumi ēdieniem, lai uzņēmums varētu turpināt darbību ar peļņu. Pēc cenu pacelšanas cilvēkos radās apjukums, kāpēc ir tik krasa cenu atšķirība, kā rezultātā uzņēmums zaudēja daļu klientu. Autore izvēlējās tēmu – cenu veidošanās politika ēdināšanas uzņēmumā.

Šī pētījuma mērķis ir balstoties uz pētāmā uzņēmuma analīzi un teorētisko nostādņu izpēti, pilnveidot cenu veidošanas stratēģiju.

Pētījuma uzdevumi, lai sasniegtu šo mērķi ir:

1. aplūkot vispārīgos cenu veidošanās pamata nosacījumus un kā cenas tiek veidotas ēdināšanas uzņēmumā;
2. analizēt datus, kā šīs cenas EU ir mainījušās pēdējā gada laikā un kas to ir ietekmējis;

3. veikt secinājumus un izvirzīt priekšlikumus, ieteikumus.

Pētījumā darba autore izvēlējās šādas pētījuma metodes – monogrāfisko jeb aprakstošo, kvalitatīvo un kvantitatīvo, kā arī indukcijas metodi.

Analītiskais apraksts

Teju vai visas ekonomiskās sistēmas lieto naudu un ne velti naudu bieži vien dēvē par tirgus valodu. Reālā komercinformācija, galvenokārt, sastāv no izteikumiem, kas raksturo dažādus maksājumus. Liela nozīme šajā informācijā ir arī cenām, kas atspoguļo dažādu preču un pakalpojumu relatīvo vērtību naudas izteiksmē, kā arī nākotnes finansiālās saistības – arī naudas izteiksmē. Cenā ir iekļauta plaša informācija un tā tik spēcīgi ietekmē pircēju un pārdevēju rīcību, ka ekonomikas zinātnieki tirgus ekonomiku bieži vien dēvē par cenu vadītu sistēmu. Cenu veidošanās sistēma dod atbildes uz fundamentāliem jautājumiem:

- KO no precēm un pakalpojumiem ražo?
- KĀ šīs preces un pakalpojumus jāražo?
- KAS tos saņems?

Kā cenu veidošanās sistēma atbild uz jautājumu KO? Kad pircēji vēlas kādu produktu saņemt lielākā daudzumā, viņi ir gatavi par to maksāt augstāku cenu. Augstāka cena piesaista jaunus ražotājus. Paplašinot ražošanu, jāalgo papildu strādnieki, un rezultātā pieaug alga. Kad pieprasījums pēc produkcijas krītas, notiek pretējais. Cena pazeminās, tie ražotāji, kuri vairs nespēj strādāt efektīvi un pelnīt, izputē vai sāk ražot ko citu. Rezultātā ražošana sašaurinās līdz pieprasījuma lielumam.

Kā cenu veidošanās sistēma atbild uz jautājumu KĀ? Sistēma palīdz preces ražot tādā veidā, lai pārdevējs varētu ar minimālām izmaksām tikt pie maksimālās peļņas.

Savukārt atbilde uz jautājumu KAS? Ir pavisam vienkārša, šīs preces un pakalpojumus jeb piedāvājumu, ko mums sniedz pārdevēji saņem cilvēki, kuri veido pieprasījumu.

Līdzi piedāvājumam nāk konkurence jeb ekonomiskā sāncensība, kas no ekonomistu viedokļa nozīmē to, ka jebkura konkrētā ražojuma vai resursa pircēji un pārdevēji tirgū darbojas lielā skaitā un cits no cita neatkarīgi, un to, ka tie var brīvi izvēlēties, kuros tirgos darboties un kurus atstāt. Pārdevēji konkurē, cenšas pircējiem nepieciešamās preces ražot pēc iespējami zemākām cenām. Tam, kurš nevar vai negrib pazeminināt cenu, lai piesaistītu pircēju, savas preces un pakalpojumus neizdosies realizēt. Tāda sāncensība ir izdevīga visiem. Savā starpā konkurē arī pircēji. Piemēram, tie, kas var atļauties, pērk liellopa steiku, bet, kas ir nabagāki – malto gaļu, cīsiņus vai karbonādi. Citiem vārdiem sakot, cīņā par steiku zaudē tas, kurš nevar samaksāt augstu cenu (Laķis, 2002).

Jebkura produkta vai pakalpojuma cenas veidošanā parasti ir pieci posmi:

1. Mērķu un uzdevumu noteikšanas posms. Atkarībā no tirgus situācijas, uzņēmumi saskaras ar vienu no situācijām:
   - Asas konkurences apstākļos uzņēmuma galvenais uzdevums ir preces noieta nodrošināšana. Noieta palielināšanu un apgrozījuma pieaugumu šādā situācijā var panākt, samazinot preces cenu. Paralēli samazina visas ražošanas izmaksas. Citi konkurenti iesaistās cenu karā vai pamet tirgu;
   - Uzņēmums var koncentrēties uz maksimālu ienākumu gūšanu. Šajā situācijā jābūt pierādījumiem par pozitīvu tirgus pieprasījuma attīstību, kas ļaus gūt plānotos ienākumus. Vai tieši pretēji, prognozējot drīzu pieprasījuma samazināšanos, uzņēmums samazina visas ražošanas izmaksas un koncentrējas vienīgi uz ātru peļņas gūšanu no preces pārdošanas;

- Situācijā, kurā uzņēmums ir sasniedzis optimālo tirgus stāvokli un vēlas to saglabāt, galvenais ir nepārtraukti nodrošināt stabilu preču pārdošanas apjomu un nepieļaut konkurentu panākumus. Lieli uzņēmumi to var nodrošināt izlaižot līdzīgus produktus par zemākām cenām, tādējādi atturot un izspiežot mazākus konkurentus no tirgus.

2. Vispārējās cenu veidošanas politikas izstrāde. Produkta cenu jau sākotnēji nosaka atbilstoši tā plānotajam tirgus segmentam – zemu, vidēju, vai augstu. Sekojot tirgus situācijai to var koriģēt, mainot tā ilgtermiņa cenu un tirgus segmentu vai piedāvājot dažādas īstermiņa atlaides.
3. Cenu stratēģijas izstrāde. Attiecīgi izmanto vienu no cenu noteikšanas stratēģijām:
   - Ieiešana tirgū. Plānotās tirgus daļas iegūšanai, jauniem produktiem nosaka zemāku cenu, lai tie ātrāk piesaistītu pircējus. Šo stratēģiju parasti izmanto plaša patēriņa precēm, kuru cenas vēlāk var bieži mainīt, atkarībā no tirgus situācijas;
   - Nosmelšana. Parasti to izmanto dārgu luksa preču tirgū, kur jauna prece piesaista pircējus tieši ar savu augsto cenu. Ražotājs cenšas uzreiz piesaistīt labāko pircēju uzmanību, lai ātri atgūtu produkta izstrādē un ražošanā ieguldītos līdzekļus;
   - Cenu diferenciācija. Iespējama starptautiskajos tirgos, vai lielu valstu tirgos, kur atkarībā no vietējā reģiona pirktspējas vienai un tai pašai precei nosaka dažādas cenas, kas atbilst vietējai pirktspējai. Cenu diferenciācija novērojama arī lielveikalu ķēdēs, kur zemo cenu veikalā tā pati prece maksās lētāk nekā parastajā lielveikalā;
   - Cenu izlīdzināšana. Lai nodrošinātu klātbūtni un konkurētu daudzos preču segmentos, ražotāji noteiktām precēm var noteikt pazeminātas cenas, tādējādi saglabājot tirgus daļu, taču ciešot zaudējumus. Lai tos nosegtu, citām precēm nosaka augstākas cenas, lai to pārdošana segtu zaudējumus, un vērtējot kopumā, uzņēmuma ienākumi izlīdzinātos un tas strādātu ar peļņu.
4. Cenu stratēģijas īstenošana. Noteikto preces cenu ieviešana tirgū. Uzņēmumi jaunai precei var noteikt zemāku cenu un tādā veidā, piesaistot klientus, var iekarot tirgu. Var rīkoties arī pretēji, jaunajiem ražojumiem noteikt augstāku cenu, jo būs tādi, kas gribēs pamēģināt jaunu un kvalitatīvu preci (šādi rīkojas "Kodak" – amerikāņu valsts uzņēmums, kas ražo dažādus produktus, kas saistīti ar tā vēsturisko pamatu analogajā fotogrāfijā).
5. Cenu pielāgošana. Notiek pēc tam, kad redzami preču pārdošanas dati. Neplānoti liela pieprasījuma gadījumā preces cenu var pacelt. Zema pieprasījuma gadījumā cenu var pazemināt vai piedāvāt dažādas īstermiņa atlaižu cenas. Izmaiņas cenā var notikt arī ar pārdošanu nesaistītu iemeslu dēļ – pieaugot ražošanas, piegādes vai muitas izmaksām, mainoties valstī noteiktajiem nodokļiem, ceļoties vai krītoties inflācijai (Caurkubule, Višņevska, 2006).

Ēdināšanas uzņēmumos (EU) svarīgi ir pareizi noteikt pašu ražotās un iepirktās produkcijas pārdošanas cenas. EU izmaksas salīdzinājumā ar tirdzniecības uzņēmumiem būs lielākas, jo jāņem vērā pašu produkcijas ražošanai, realizācijai un patēriņa organizēšanai nepieciešamie izdevumi. Kā laikrakstam "Diena" skaidroja restorānu īpašnieks Valters Zirdziņš, veidojot ēdienu cenas, var vadīties pēc vienkārša principa – trešdaļu ēdiena cenas veidojot no izejvielu izmaksām, trešdaļu – darbaspēka izmaksām, atlikušo trešdaļu – peļņas, amortizācijas un fiksētajiem darbības izdevumiem. Dzērieniem šis procents būs mazāks, jo tie paši par sevi ir dārgi, un, viņaprāt, nešķiet pareizi likt lielu uzcenojumu, ja dzērienus neražo uz vietas. Dzērienu pasniegšanā ieguldītās darbaspēka izmaksas ir minimālas, pretēji, piemēram, kartupeļu pankūkām. Tāpat cenu veido investīcija objektā – viņam ar pieticīgu aizņēmumu šis koeficients ir reiz trīs, bet restorānā, kur ir ieguldīti 100000 eiro un ik mēnesi bankai jāatmaksā 1000 eiro kredīts, šis koeficients var būt arī reiz četri vai pieci. Līdz ar to arī augstākas ēdienu cenas nebūs pagrābtas no gaisa. Pašu ražotā produkcija un iepirktās preces EU tiek realizētas par pārdošanas cenām, kurām jāsedz visi

izdevumi un jānodrošina peļņa (Dienas Mediji).

Lai noteiktu produkta cenu, kas sedz produkta pašizmaksu un nes peļņu, nepieciešams ņemt vērā:

- izmaksas – gan mainīgās, gan pastāvīgās;
- plānoto peļņu – cik uzņēmums vēlas nopelnīt;
- konkurentu cenas – ja uzņēmums nevar saražot un pārdot preces par tādu pašu vai zemāku cenu, kā to dara konkurenti, būtiski kritiski izvērtēt, vai uzņēmuma produkcijai būs pieprasījums;
- produkcijas noieta prognozi – izvērtējot to, cik piesātināts ir tirgus (cik daudz ir konkurentu) un kāds ir reālais potenciālo klientu skaits, aplēst, kāds varētu būt pārdošanas apjoms;
- cenu, kādu klients ir gatavs maksāt – ņemt vērā klientu spēju un vēlmi maksāt par produkciju, tomēr šim faktoram nevajadzētu būt par iemeslu, lai pārdotu produkciju zem pašizmaksas. Klientam ir jāpiedāvā prece, kuras cena atbilst kvalitātei (Niedrītis, 2008).

Pastāvīgās izmaksas īsā periodā paliek nemainīgas, arī palielinoties ražošanas apjomam, un tajās iekļauj telpu īri, ražošanas iekārtu nolietošanos jeb amortizāciju, kredīta procentu maksājumus kredītiestādei (bankai) u.c. Piemēram, ēdināšanas uzņēmumam, konvekcijas krāsns nolietojumu iekļautu pastāvīgajās izmaksās. Mainīgās izmaksas pieaug līdz ar saražoto daudzumu. Mainīgās izmaksas EU sastāda produkti, vienreizlietojamie cimdi, salvetes, u.c.

$$VC+FC=TC \text{ , } (1)$$

kur
VC – mainīgās izmaksas;
FC – patstāvīgās izmaksas;
TC – kopējās izmaksas.

Plānojot uzņēmuma izmaksas, ieņēmumus un peļņu, var aprēķināt produkcijas vēlamo jeb "ideālo" cenu (2. formula), kas nosegs izmaksas un dos vēlamo peļņu:

$$\text{"Ideālā" cena} = (FC + VC + \text{vēlamā peļņa}) / Q \text{ , } (2)$$

kur
FC – patstāvīgās izmaksas;
VC – mainīgās izmaksas;
Q – pārdoto preču daudzums.

Uzņēmums var arī aprēķināt, kādai cenai esot, uzņēmums segs izmaksas, bet neiegūs peļņu (3. formula):

$$\text{Bezzaudējuma punkta cena} = (FC + VC) / Q \text{ , } (3)$$

kur
FC – patstāvīgās izmaksas;
VC –mainīgās izmaksas;
Q – pārdoto preču daudzums (Latvijas Banka.

Ēdināšanas uzņēmuma SIA "MOKKA", kuru pētīja autore, pamatieņēmumus dod pašu ražotā produkcija – zupas, karbonādes, bifšteki, piedevas utt., saldie ēdieni, aukstās uzkodas un konditorejas izstrādājumi. Lai noteiktu pašu ražotās produkcijas pārdošanas cenas, katram ēdienam ievieš kalkulācijas kartes, kurās aprēķina izejvielu vērtību 100 porcijām vai 10 kg, vienas porcijas cenu (pēc izejvielu pašizmaksas), pēc tam izejvielu cenai pieskaita uzcenojumu

un PVN. Pētījuma ietvaros autore izpētīja 1 kg kalkulācijas karti no 2021. gada biešu zupai ar skābiem kāpostiem un kartupeļiem. Kalkulācijas dati norādīja, ka uzcenojums iepriekšminētai maltītei ir 150 %. Pārdošanas cena veidojas summējot pašizmaksu, uzcenojumu un PVN 21 %. Ēdināšanas uzņēmumā uzcenojumu liek pēc saviem ieskatiem, ņemot vērā realizācijas iespējas un lai segtu ražošanas izmaksas un uzņēmums gūtu peļņu. Lai spilgtāk atspoguļotu strauji pieaugušās inflācijas sekas, kā piemēru autore ņēma vistas burgeru ar ananāsiem, kur uzcenojuma apmērs bija 137 %. Cena šim ēdienam ir pieaugusi par 55,05 %. Noteicošā loma tik straujam patēriņa cenu kāpumam, galvenokārt, ir saistīta ar ārējiem faktoriem jeb energoresursu un pārtikas cenu pieaugumu pasaulē. Kopš 2022. gada jūlija inflācija Latvijā svārstās 21,5 %–22,2 % robežās. Lielāko devumu patēriņa cenu kāpumā pērnā gada novembrī noteica pārtikas un bezalkoholisko dzērienu cenu pieaugums par 29,5 %, tādējādi izskaidrojot trešdaļu no fiksētās inflācijas. Par spīti tam, ka neapstrādātās pārtikas cena pasaulē samazinās jau astoņus mēnešus pēc kārtas, pārtikas cenu pieaugums Latvijā ar katru nākamo mēnesi paliek tikai augstāks. Tas, ka neapstrādātās pārtikas cenas pasaulē samazinās, vērtējams pozitīvi, bet augstās apstrādes un loģistikas izmaksas energoresursu cenu kāpuma dēļ neļauj samazināt pārtikas gala cenu (Eiropas Centrālā banka). Kā liecina informācija Latvijas oficiālajā statistikas mājaslapā, tad inflācija ap 21 %–22 % Latvijā saglabāsies līdz šā gada pavasarim, bet pēc tam cenu kāpums pakāpeniski samazināsies (Finanšu ministrija).

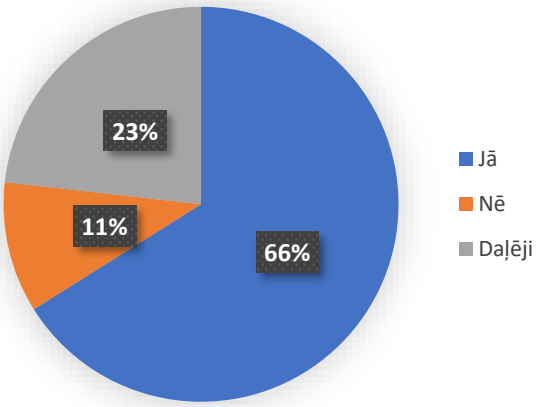
Pētījuma metodoloģija

Pētījuma ietvaros tika izmantotas kvalitatīvās un kvantitatīvās metodes, indukcija un monogrāfiskā jeb aprakstošā metode. Kvalitatīvā metode tika izmantota dokumentu analīzē, tika pielietota indukcijas metode, kas ļāva no vairākām izlasītajām intervijām, grafiku analīzēm, rakstiem, izveidot kopsakarības. Kvantitatīvās pētniecības metodes mērķis bija saņemt atbildes uz aptaujas jautājumiem.

Anketā tika iekļauti pieci jautājumi, uz kuriem atbildēja 56 SIA "MOKKA" apmeklētāji, aptauja notika vienu dienu darba laikā no 18:00 līdz 24:00. Anketa tika veidota, ņemot vērā teorētiskos nosacījumus, lai anketa būtu viegli uztverama, neaizņemtu daudz laika, kā arī nenogurdinātu respondentus, kas pretējā gadījumā varētu ietekmēt atbilžu kvalitāti.

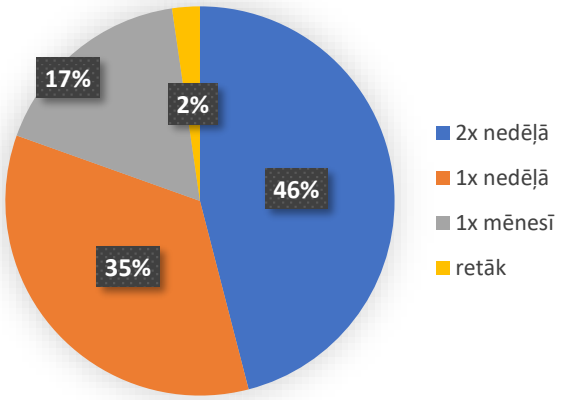
Pētījuma rezultāti

Aptaujas mērķis bija noskaidrot, kā inflācija un piedāvājuma sadārdzināšanās ir ietekmējusi bāra apmeklētājus un kas ļautu uzņēmumam piesaistīt vairāk klientu (skat. 2 att.).



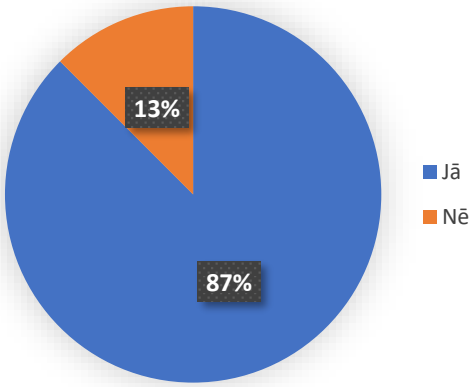
2. att. Respondentu atbildes uz jautājumu: "Vai inflācija jūtami ietekmējusi Jūsu ikdienu?" (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu: "Vai inflācija jūtami ietekmējusi Jūsu ikdienu?", 66 % respondentu atbildēja ar "jā", savukārt 23 % tas tik jūtami neietekmē vai neietekmē vispār. Šie dati parāda to, ka ne tikai uzņēmējiem šajā laikā ir jāpiedomā, kā sakārtot savas finanses pēc iespējas operatīvāk, bet arī pakalpojumu un preču pircējiem ir jāpiedomā līdzi.



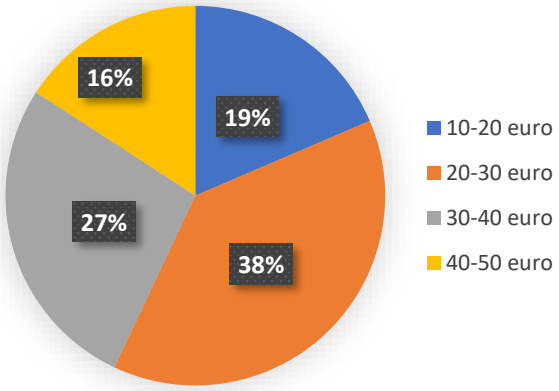
3. att. Respondentu atbildes uz jautājumu: "Cik bieži Jūs apmeklējat ēdināšanas uzņēmumus?" (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Nākamajā jautājumā aptaujātie atbildēja uz to, cik bieži viņi apmeklē ēdināšanas uzņēmumus, un no iegūtajiem datiem var secināt, ka lielākā daļa tos apmeklē regulāri. Šie dati parāda, to, ka klienti, neskatoties uz sadārdzinājumu, joprojām apmeklē ēstuves un citus EU.



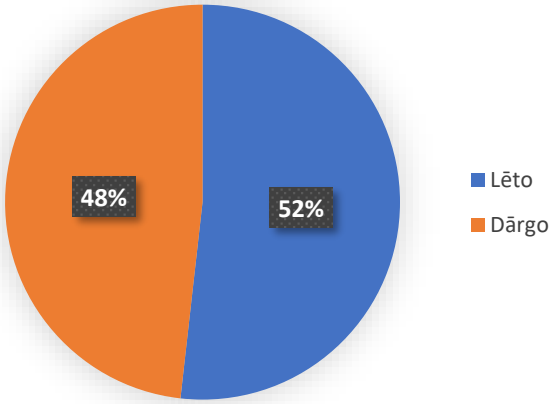
4. att. Respondentu atbildes uz "Vai, Jūsuprāt, akcijas bārā piesaistītu lielāku klientu skaitu?" (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu: "Vai, Jūsuprāt, akcijas bārā piesaistītu lielāku klientu skaitu?", gandrīz visi aptaujātie atbildēja ar "jā". Kas dod optimālu skatienu, ka iespējams ir nepieciešams, piemēram, reizi mēnesī bārā ieviest akcijas dienu, kad noteiktiem ēdieniem vai dzērieniem piešķir atlaidi, protams, atlaides daļa tad tiktu pierēķināta klāt citiem dzērieniem vai ēdieniem, lai uzņēmums negūtu zaudējumus.



5. att. Respondentu atbildes uz jautājumu: "Cik daudz cilvēks mūsdienās ir gatavs maksāt par 3 ēdienu maltīti?" (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz anketas jautājumu par to, cik daudz cilvēks mūsdienās ir gatavs maksāt par 3 ēdienu maltīti, pārsteidzoši līdzīgas atbildes, bet tomēr virsroku ņēma atbilde "20-30 euro", kas arī ir kā standarts tam, cik šādas maltītes vidēji maksā.



6. att. Respondentu atbildes uz jautājumu: "Ja viens otram blakus atrastos divi restorāni, viens lēts, bet sliktas kvalitātes, otrs – dārgs, bet labas kvalitātes, kuru apmeklētu Jūs?" (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēdējais anketas jautājums: "Ja viens otram blakus atrastos divi restorāni, viens lēts, bet sliktas kvalitātes, otrs – dārgs, bet labas kvalitātes, kuru apmeklētu Jūs?", atbildes tika sniegtas ļoti līdzvērtīgas, no kā var secināt, ka šiem diviem restorāniem būtu vienvērtīga konkurence.

Secinājumi

Autore secina, ka, lai uzņēmums veiksmīgi veidotu savu cenu stratēģiju, būtu nepieciešams izmantot vairāku metožu kombināciju vai tādu metodi, kas ietver, piemēram, gan izmaksu, gan pieprasījumu analīzi. Viena no šāda veida metodēm ir bezzaudējuma punkta aprēķināšanas metode, kuras pamatā ir pieprasījuma analīze, jo tiek prognozēts pieprasījums, kā arī izmaksu analīze. Jebkura cena par pakalpojumu vai preci nebūs par augstu, ja tā tiks pareizi aprēķināta.

Izvērtējot sniegtās atbildes uz anketu autore nonāca pie secinājuma, ka arī pieaugušās inflācijas ietekmē cilvēki joprojām apmeklē un apmeklēs ēdināšanas iestādes un cena nav noteicošais

faktors.

Produkcijai nepieciešams izvēlēties ēdieniem dažādu uzcenojumu politiku, lai varētu pielietot cenu izlīdzināšanu: uzcenojumu produktiem ar lielu pašizmaksu samazinot, bet produktiem ar zemu pašizmaksu uzcenojumu nosakot augstāku. Tādējādi netiks zaudēta peļņas daļa un vienlaikus klientam cenu līmenis nešķitīs augsts. Lai gan autore pētījumā atklāja, ka cena nav noteicošais faktors, tomēr būtiski ir ņemt vērā nenoteikto ģeopolitisko situāciju, kas inflācijas līmeni augstā līmenī var noturēt vēl arī turpmākos gadus, samazinot klientu pirktspēju. Sasniedzot zināmu reālā ienākuma kritumu, klientu attieksme pret cenas nozīmi var mainīties.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Caurkubule, Ž., Višņevska, A. (2006), Mārketinga pamati. Merkūrijs.
2. Dienas Mediji. Ideālā cena par produktu. [skatīts 27.12.2022.] Pieejams: https://www.diena.lv/raksts/dienas-starts/jaunumi/ideala-cena-par-produktu.-ka-ta-top-14030271
3. Eiropas Centrālā banka (bez gada). Inflācija. [skatīts 29.11.2022.] Pieejams: https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/explainers/tell-me-more/html/what_is_inflation.lv.html
4. Finanšu ministrija (bez gada). Inflācija. [skatīts 29.11.2022.] Pieejams: https://www.fm.gov.lv/lv/inflacija?utm_source=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
5. Laķis, P. (2002). Socioloģija. Ievads socioloģijā. Rīga: Zvaigzne ABC.
6. Latvijas Banka (bez gada). Ražošanas izmaksas. [skatīts 27.12.2022.] Pieejams: https://www.naudasskola.lv/lv/mana-ekonomika/limeni/10-12/uznemejs/razosanas-izmaksas
7. Niedrītis, J. Ē. (2008) Mārketings: kā labāk saprasties ar pircējiem un gūt peļņu. Biznesa augstskola Turība.

Vineta Lisikova. NODOKĻU IETEKME UZ ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMU SAIMNIECISKO DARBĪBU

Alberta koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Grāmatvedība", e-pasts: vineta.lisikova@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: ēdināšanas nozare ir viena no lielākajām pakalpojumu nozarēm Latvijā, kura valsts budžetā ienes lielus ienākumus un nodarbina aptuveni 3 % no visiem darbiniekiem. Pēdējo divu gadu laikā ēdināšanas nozare ir saņēmusi vairākus triecienus – pandēmija ar tās ierobežojumiem, karš Ukrainā un tā ietekme uz uzņēmējdarbību, enerģētikas krīze un cenu pieaugums. Valsts ieņēmumu dienesta (VID) sniegtie dati parāda, ka ēdināšanas nozarē strādājošo uzņēmumu skaits triju gadu laikā sarucis par 14,34 %. 2019. gada sākumā tie bijuši 4845 uzņēmumi, savukārt 2022. gada sākumā – 4150 uzņēmumi.

Pētījuma mērķis: izpētīt nodokļu ietekmi uz ēdināšanas nozares saimniecisko darbību, formulēt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus nodokļu ietekmes mazināšanai.

Pētījuma metodes: datu savākšanas metode, monogrāfiskā metode, normatīvo aktu un literatūras analīze, loģiski-konstruktīvā metode, grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: darba mērķa sasniegšanai autore teorētiski izpētīja literatūras avotus un Latvijas Republikas normatīvos aktus, kas reglamentē nodokļu sistēmu. Raksturoja nodokļu būtību un funkcijas, kā arī analizēja ēdināšanas nozarei piemērojamos nodokļus un to likmes. Ievāca un analizēja Valsts ieņēmuma dienesta publicētos datus par nozarē administrētajiem nodokļiem no 2017. līdz 2020. gadam. No analizētajiem datiem autore secināja, ka ēdināšanas nozares vislielākās samaksātās nodokļu summas sastāda valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas un pievienotās vērtības nodoklis, bet nozari kopumā visvairāk ietekmē ar darba spēku saistītie nodokļi un PVN nodoklis. Veicot nodokļu administrēto summu aprēķinu ar samazinātām PVN likmēm 12 % un 9 %, autore secināja, ka samazinātās PVN likmes ieviešana ēdināšanas nozarē ļoti būtiski samazinātu ar PVN saistītos izdevumus un sniegtu uzņēmumiem iespēju šos līdzekļus ieguldīt darba spēka algu paaugstināšanā, uzņēmuma attīstībā un uzņēmējdarbības paplašināšanā. Darba noslēgumā autore secināja, ka lielais nodokļu slogs ēdināšanas nozari kopumā ietekmē negatīvi, jo izņem pārāk daudz finanšu līdzekļus no uzņēmumiem.

Atslēgas vārdi: *nodokļi; nodokļu sistēma; ēdināšanas uzņēmumi; uzņēmējdarbība.*

Ievads

Ēdināšanas nozarei ir būtiska loma Latvijas tautsaimniecībā, tā ir viena no lielākajām pakalpojumu nozarēm Latvijā, kura valsts budžetā ienes lielus ienākumus. Pirms Covid-19 krīzes tā no visiem valsts nodokļu ieņēmumiem kopbudžetā ienesusi ap 2 %.

Pēdējo divu gadu laikā ēdināšanas nozare ir saņēmusi vairākus triecienus. Vissmagāk to skāra Covid-19 krīze, kuras laikā nozare saskārās ar visdažādākajiem darbības ierobežojumiem, kas nesa uzņēmējiem milzīgus zaudējumus. Pēc diviem smagiem gadiem, kad ēdināšanas uzņēmumi visiem iespējamiem veidiem bija cīnījušies par izdzīvošanu un cerējuši uz gaišāku nākotni, pasauli pāršalca Krievijas izvērstais karš Ukrainā. Karš ir radījis krietnu pasaules ekonomikas "sašūpošanos", enerģētikas krīzi, tūristu skaita samazināšanos, strauju cenu pieaugumu un cilvēku maksātspējas kritumu, kas tieši ietekmē ēdināšanas nozares uzņēmējdarbību. VID sniegtie dati parāda, ka ēdināšanas nozarē strādājošo uzņēmumu skaits triju gadu laikā sarucis par 14,34 %. 2019. gada sākumā tie bijuši 4845 uzņēmumi, savukārt 2022. gada sākumā – 4150 uzņēmumi.

Ēdināšanas nozare joprojām saglabā savu pozīciju starp nozarēm ar lielāko nodarbināto skaitu, nodarbinot aptuveni 25 tūkstošus cilvēku, kas ir aptuveni 3 % no visiem nodarbinātajiem Latvijā,

tomēr nozarē kopumā vērojams ievērojams nodarbināto skaita sarukums. Saskaņā ar "Latvijas Restorānu biedrības" veikto uzņēmēju aptauju, vidēji katrā ēdināšanas uzņēmumā trūkst 5–10 darbinieku. 93 % nozares uzņēmumu trūkst vismaz viena pavāra, bet aptuveni 70 % uzņēmumu trūkst viesmīļu, tāpat trūkst arī trauku mazgātāju un telpu uzkopēju.

Vairāku gadu garumā nozares pārstāvji lūdz valdībai ieviest samazinātās PVN likmes piemērošanu sabiedriskās ēdināšanas pakalpojumiem, kā to veiksmīgi izdarījušas jau vairākas Eiropas Savienības valstis. Eiropas Savienības valstis vidējā PVN likme ir 13,5 %.

Pētījuma mērķis ir izpētīt nodokļu ietekmi uz ēdināšanas nozares saimniecisko darbību, formulēt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus nodokļu ietekmes mazināšanai.

Lai sasniegtu pētījuma mērķi, darba autore izvirzīja šādus uzdevumus:

1. teorētiski izpētīt Latvijas Republikas nodokļus un nodokļu sistēmu reglamentējošos normatīvos aktus un literatūras avotus;
2. izpētīt ēdināšanas nozarei piemērojamos nodokļus un to likmes;
3. analizēt nodokļu ietekmi uz ēdināšanas nozares saimniecisko darbību;
4. formulēt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus nodokļu ietekmes mazināšanai.

Analītiskais apskats

Nodokļu izcelšanās meklējama jau cilvēces pirmsākumos, kad izveidojās kopīgas vajadzības, radās kopēji darbi un kopienas biedru ieguldījumi kāda devuma (meslu) vai "pakalpojuma" veidā. Tādi darbi vai "pakalpojumi" vispirms bija brīvprātīgi, visiem kopēji, vēlāk arvien vairāk un vairāk tie pārņēma tradicionālo pienākumu raksturu, līdz kļuva par tiesiski obligātiem maksājumiem ar piespiedu raksturu (Jurušs, 2019).

Nodokļi ir neatņemama ikvienas valsts ienākumu sastāvdaļa, tie ir mūsdienīgas demokrātiskas valsts finansiālais pamats. Iespējams, ir atsevišķi izņēmumi, kad ieņēmumus valsts vajadzībām ģenerē dabas resursi, kā nafta, gāze, dārgmetāli u.c., tomēr ar to bieži vien nepietiek, un valsts ir spiesta ieviest mehānismus, kā gūt papildus ienākumus, kurus izlietot sabiedrības vajadzībām. Pasaulē ir daudzas atšķirīgas valstis ar dažādu politisko, tiesisko un demogrāfisko situāciju, tomēr lielākajai daļai šo valstu finanšu sistēmas pamatus veido nodokļi (Jurušs, 2019).

Nodoklis – ar likumu noteikts obligāts periodisks vai vienreizējs maksājums valsts budžeta vai pašvaldību budžetu (pamatbudžeta vai speciālā budžeta) ieņēmumu nodrošināšanai un valsts funkciju un pašvaldību funkciju finansēšanai. Nodokļu samaksa neparedz atlīdzinājumu nodokļa maksātājam tiešā veidā. Minētais termins piemērojams arī valsts sociālās apdrošināšanas obligātajām iemaksām, kā arī muitas nodoklim un citiem līdzvērtīgiem maksājumiem, kuri noteikti tieši piemērojamos Eiropas Savienības normatīvajos aktos par muitas lietām (Likuma "Par nodokļiem un nodevām" 1. pants).

Uz nodokļu būtību var raudzīties dažādi. Piemēram, uzņēmēji redz nodokļus kā to izmaksas, valsts ierēdņi uzskata, ka nodokļi ir ieņēmumi, bet, savukārt, daļa sabiedrības ir pārliecināta, ka nodokļi ir finansējums dažādām vajadzībām, kā pabalstiem, skolām, slimnīcām u.tml.

Mūsdienās var uzskatīt, ka nodokļi ir:

- maksa par valsts/pašvaldības pakalpojumu;
- uzkrājums jeb ieguldījums nākotnē.

Nodokļi būtībā ir domāti kopējām sabiedrības vajadzībām, ko izmanto vai kas nepieciešams katram indivīdam un ko sniedz valsts vai pašvaldības iestādes (Jurušs, 2019).

Nodokļu sistēmā izšķir trīs galvenās nodokļu funkcijas:

- Fiskālā funkcija – nodrošina budžeta ienākumus valsts nepieciešamo funkciju realizēšanai;
- Regulējošā funkcija – nodokļi tiek izmantoti kā atsevišķus procesus stimulējošs vai bremzējošs instruments;
- Sociālā funkcija – sociālo vajadzību nodrošināšana.

Latvijas nodokļu sistēma salīdzinājumā ar citām pasaules valstīm ir samērā jauna. Latvijas Republikas nodokļu sistēmu reglamentē 1995. gada 2. februārī pieņemtais un 1995. gada 1. aprīlī spēkā stājušais likums "Likums par nodokļiem un nodevām", kurš attiecas uz visiem nodokļiem un nodevām, ja vien konkrētā nodokļa likums neparedz citu, konkrētā nodokļa vai nodevas specifikai atbilstošu kārtību, kura nedrīkst būt pretrunā ar šo likumu. Latvijā pavisam ir 14 nodokļi, kurus piemēro saskaņā ar konkrētā nodokļa likumu.

Nodokļu un nodevu sistēmu Latvijā veido:

- valsts nodokļi, ar kuriem apliekamos objektus un kuru likmi nosaka Saeima;
- valsts nodevas, kuras tiek uzliktas saskaņā ar likumiem un Ministru kabineta noteikumiem;
- pašvaldību nodevas, kuras tiek uzliktas saskaņā ar šo likumu, Ministru kabineta noteikumiem un vietējo pašvaldību saistošiem noteikumiem;
- tieši piemērojamos Eiropas Savienības normatīvajos aktos noteiktie nodokļi (Likums "Par nodokļiem un nodevām").

Likums "Par nodokļiem un nodevām" nosaka, ka Latvijas Republikas noteiktos nodokļus un nodevas maksā:

- iekšzemes nodokļu maksātāji (rezidenti);
- ārvalstu nodokļu maksātāji (nerezidenti).

Pievienotās vērtības nodoklis (PVN) ir nodoklis, ko iekasē no piegādātajām precēm un sniegtajiem pakalpojumiem. Nodokļa maksātāji ir personas, kas savas saimnieciskās darbības ietvaros veic ar PVN apliekamus darījumus.

PVN iekšzemes nodokļa maksātāji:

- reģistrēti nodokļa maksātāji – nodokļa maksātāji, kuri reģistrēti Valsts ieņēmumu dienesta pievienotās vērtības nodokļa maksātāju reģistrā;
- nereģistrēti nodokļa maksātāji – nodokļa maksātāji, kuri, izmantojot šajā likumā noteiktās tiesības, nav reģistrējušies Valsts ieņēmumu dienesta pievienotās vērtības nodokļa maksātāju reģistrā (Likums "Pievienotās vērtības nodokļa likums").

Regulējums nosaka, ka iekšzemes nodokļu maksātajam ir obligāti jāreģistrējas PVN maksātāju reģistrā, ja ar PVN apliekamo sniegto pakalpojumu un pārdoto preču kopējā vērtība iepriekšējo 12 mēnešu periodā sasniegusi 40 tūkst. EUR apmēru. Reģistrētam nodokļa maksātājam ir tiesības uz priekšnodokļa, t.i., nodokļa, kas samaksāts par precēm un pakalpojumiem, kas iegādātas vai saņemtas ar PVN apliekamo darījumu nodrošināšanai, atskaitīšanu (Jurušs, 2019).

Eiropas Savienības (ES) dalībvalstīs noteiktā PVN minimālā standartlikme ir 15 %, minimālā samazinātā likme – 5 %. Latvijā ar nodokli apliekamiem darījumiem piemēro standartlikmi 21 % apmērā, kura tiek piemērota arī ēdināšanas nozarei. Atsevišķām preču un pakalpojumu grupām tiek piemērotas samazinātās PVN likmes. Piemēram, PVN samazināto likmi 12 % piemēro: medikamentiem, medicīniskām ierīcēm, zīdaiņu pārtikai, pienam un tā produktiem u.c. PVN

samazinātā 5 % likme tiek piemērota svaigiem augļiem, ogām, dārzeņiem, grāmatām, laikrakstiem u.c. Pastāv darījumi, kuri tiek aplikti ar 0 % nodokļa likmi: preču eksports, piegādes muitas noliktavās un brīvajās zonās, preču piegāde ES teritorijās u.c. Ar PVN nodokli neapliek šādus pakalpojumus: medicīnas, pasta, zobārstniecības, sociālās aprūpes, apdrošināšanas, izglītības, finanšu darījumus u.c. likumā "Par pievienotās vērtības nodokli" noteiktos.

Iedzīvotāju ienākuma nodoklis (IIN) ir nodoklis, ar ko apliek fiziskās personas gūtos ienākumus, un tas sastāv no:

- algas nodokļa, ko par darbinieka gūtajiem ienākumiem aprēķina un maksā darba devējs;
- nodokļa par ienākumiem no saimnieciskās darbības, ja tie nav uzņēmumu ienākuma nodokļa objekts, un nodokļa no citiem ienākuma avotiem;
- nodokļa par ienākumu no kapitāla, tajā skaitā nodokļa no kapitāla pieauguma;
- patentmaksas par atsevišķu veidu saimnieciskās darbības veikšanu;
- mikrouzņēmumu nodokļa daļas atbilstoši Mikrouzņēmumu nodokļa likumam;
- sezonas laukstrādnieku ienākuma nodokļa (Likums "Par iedzīvotāju ienākuma nodokli").

Darba autore secina, ka darba devēji ēdināšanas nozarē ietur un valsts budžetā iemaksā algas nodokli par nodarbinātajiem darbiniekiem.

Algas nodokļa likme, kas jāmaksā no mēneša apliekamā ienākuma, ir šāda:

- 20 % – mēneša ienākumam līdz 1667 euro;
- 23 % – mēneša ienākumam, kas pārsniedz 1667 euro (Likums "Par iedzīvotāju ienākuma nodokli").

Ja darba ņēmējs darba devējam nav iesniedzis algas nodokļu grāmatiņu vai, ja ir iesniedzis algas nodokļa grāmatiņa un grāmatiņā ir veikta atzīme par 23 % likmes piemērošanu, gūtajam ienākumam tiek piemērota nodokļa likme 23 % apmērā. Darba devējs no darba samaksas ieturēto algas nodokli iemaksā vienotajā nodokļu kontā līdz nākamā mēneša 23. datumam.

Valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas (VSAOI) ir ar likumu noteikts obligāts maksājums speciālā budžeta kontā, kas dod tiesības sociāli apdrošinātai personai saņemt likumā noteiktos sociālās apdrošināšanas pakalpojumus (*www.vid.gov.lv*). VSAOI jāmaksā par katru darba ņēmēju, kas veic jebkura veida darbu. Darba devējs iemaksā speciālā budžeta kontā VSAOI par katru darba ņēmēju, tajā skaitās aprēķina un ietur no darba ņēmēja tā daļu, izmaksājot algu, kā arī pārskaita kopējo maksājumu. Par maksātājiem uzskatāms kā darba devējs, tā darba ņēmējs, kas pēc noteiktas proporcijas veic VSAOI. Obligāto iemaksu likme ir 34,09 %, no kuriem 23,59 % maksā darba devējs un 10,50 % – darba ņēmējs.

Uzņēmumu ienākuma nodokli (UIN) nosaka saskaņā ar Uzņēmumu ienākuma nodokļa likumu, kas ir spēkā ar 2018. gada 1. janvāri.

Uzņēmumu ienākuma nodokļa maksātāji ir:

- iekšzemes uzņēmumi;
- no valsts budžeta finansētas institūcijas, uz kurām neattiecas "Uzņēmumu ienākuma nodokļa" likuma 2. panta otrās daļas nosacījumi;
- no pašvaldības budžeta finansētas institūcijas, kuras gūst ienākumus no saimnieciskās darbības un uz kurām neattiecas "Uzņēmumu ienākuma nodokļa" likuma 2. panta otrās daļas nosacījumi;
- ārvalstu komercsabiedrības un citas personas, kas gūst ieņēmumus Latvijā (nerezidenti).

Uzņēmumu ienākuma nodokļa likumā noteikts jauns uzņēmumu ienākuma nodokļa maksāšanas režīms, kas paredz, ka nodokļa piemērošana ir pārcelta no peļņas gūšanas brīža uz peļņas sadales brīdi. Tas nozīmē, ka uzņēmums var nemaksāt nodokli par peļņu tik ilgi, kamēr atstāj to uzņēmumā. UIN likme no 2018. gada ir 20 % no aprēķinātās UIN bāzes – summas, kura pirms likmes piemērošanas ir jādala ar koeficientu 0,8. Ar nodokli apliekamo bāzi veido sadalītā peļņa un nosacīti sadalītā peļņa.

Nekustamā īpašuma nodoklis (NĪN) ir nodoklis, ko piemēro personu nekustamajiem īpašumiem. Ar NĪN apliekamais objekts ir zeme vai tas, kas uz tās atrodas: māja, būve. Nekustamā īpašuma nodokli maksā Latvijas vai ārvalstu fiziskās un juridiskās personas un uz līguma vai citādas vienošanās pamata izveidotas šādu personu grupas vai to pārstāvji, kuru īpašumā, tiesiskajā valdījumā vai likumā noteiktajos gadījumos lietošanā ir nekustamais īpašums (*www.vid.gov.lv*). Nekustamā īpašuma nodokļa taksācijas periods ir kalendārais gads.

Zemei, ēkām un inženierbūvēm NĪN likme ir 1,5 % no kadastrālās vērtības. Dzīvojamām mājām, to daļām, telpu grupām, nedzīvojamās ēkās, kuru lietošanas veids ir dzīvošana, kā arī telpu grupām, kuru lietošanas veids ir saistīts ar dzīvošanu, piemēram, garāžām, autostāvvietām, pagrabiem, noliktavām un saimniecības telpām, ja tās netiek izmantotas saimnieciskās darbības veikšanai nodokļa likme ir:

- 0,2 procenti no kadastrālās vērtības, kas nepārsniedz 56915 euro;
- 0,4 procenti no kadastrālās vērtības daļas, kas pārsniedz 56915 euro, bet nepārsniedz 106715 euro;
- 0,6 procenti no kadastrālās vērtības daļas, kas pārsniedz 106715 euro (Likums "Par nekustamā īpašuma nodokli").

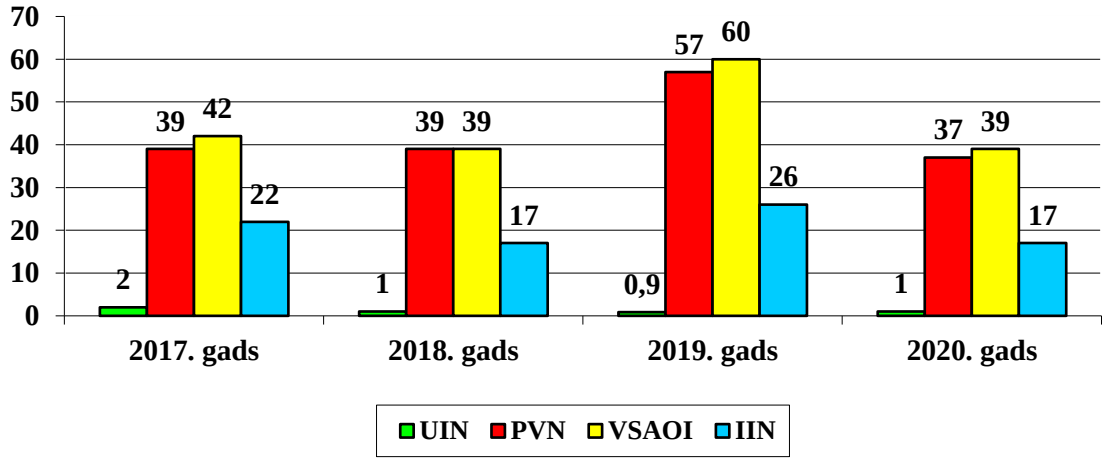
No augstāk minētā darba autore secina, ka ēdināšanas nozares uzņēmumu nekustamajam īpašumam tiek piemērota 1,5 % nodokļa likme.

Pētījuma metodoloģija

Pētījums tika iesākts ar teorētisko nodokļu būtības un funkciju raksturošanu, kurai galvenokārt tika pielietota literatūras analīze. Pētījums tika turpināts ar Latvijas Republikas nodokļu sistēmas teorētisko daļu, kuras pamatā tika izmantota normatīvo aktu un literatūras analīze, iegūstot teorētiskos skaidrojumus par ēdināšanas nozari ietekmējošiem nodokļiem un Latvijas nodokļu sistēmas būtību. Kā resursi galvenokārt tika izmantoti konkrēto nodokļu likumi, likums "Par nodokļiem un nodevām", Valsts ieņēmuma dienesta mājas lapā pieejamā informācija un Māra Juruša grāmata "Nodokļi", tajā atrodot vienkāršotākus konkrēto nodokļu skaidrojumus. Lai analizētu nodokļu ietekmi uz ēdināšanas nozares saimniecisko darbību tika izmantota datu savākšanas metode, Valsts ieņēmuma dienesta pārskatu analīze, savukārt VID datu atspoguļošanai tika izmantota grafiskā metode. Darba noslēgumā tika formulēti secinājumi un izstrādāti priekšlikumi nodokļu ietekmes mazināšanai, kuru pamatā tika izmantota loģiski konstruktīvā metode.

Pētījuma rezultāti

Pētījuma mērķis bija noskaidrot nodokļu ietekmi uz ēdināšanas nozari, lai to noskaidrotu tika analizēti nozares samaksātie nodokļi no 2017. līdz 2020. gadam (1. att.). Sākotnējais mērķis bija analizēt datus no 2019. līdz 2022. gadam, bet Valsts ieņēmumu dienesta mājas lapā nebija pieejami atsevišķi izdalīti dati par katru no nozarē administrētajiem nodokļiem 2021. gadā un 2022. gadā administrēto nodokļu dati vēl nav publicēti, tāpēc autore pētījumā papildus izmantoja 2017. un 2018. gada datus.



1. att. Ēdināšanas nozarē strādājošo uzņēmumu VID administrēto nodokļu maksājumi milj. EUR (Avots: autores veidots pēc VID administrēto kopbudžeta ieņēmumu datiem)

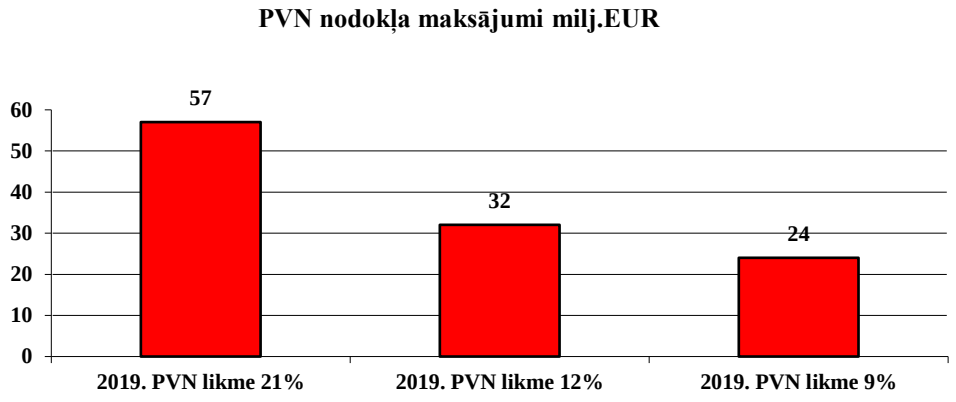
Apkopojot četru gadu laikā ēdināšanas nozares samaksātos nodokļus, autore secina, ka visvairāk samaksātie nodokļi ir valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas un pievienotās vērtības nodoklis. Tā, piemēram, nozare 2019. gadā VSAOI samaksājusi 60 milj. euro, savukārt PVN 57 milj. euro, kas ir lielākās summas šo četru gadu laikā. Iepriekš minētajiem nodokļiem seko iedzīvotāju ienākuma nodoklis, kura summa 2019. gadā sastāda 26 milj. euro, pēc kā darba autore secina, ka kopā nozari visvairāk ietekmējošie ir tieši ar darba spēku saistītie nodokļi, kam seko PVN nodoklis. Uzņēmuma ienākuma nodoklis uz pārējo nozares samaksāto nodokļu fona sastāda vien nelielu daļu. 2020. gadā vērojams diezgan straujš samaksāto nodokļu kritums, kas varētu būt skaidrojams ar to, ka Covid-19 ierobežojumu ietekmes rezultātā nozares kopējais apgrozījums strauji samazinājās, kas tieši ietekmē samaksātos nodokļus. Otrs būtiski ietekmējošais faktors varētu būt darba spēka aizplūšana uz citām nozarēm, kuras ar Covid-19 saistītie ierobežojumi skāra mazāk, šis faktors tieši ietekmē ar darba spēku saistīto nodokļu izdevumus.

Turpinot pētījumu, autore centās noskaidrot, cik būtiski mainītos par PVN samaksātās summas, ja ēdināšanas nozarei tiktu piemērota samazinātā PVN likme, kā tas ir ieviests vairākās Eiropas savienības valstīs. 1. tabulā norādīti autores veikto aprēķinu rezultāti par nodokļos samaksātajām summām no 2017. līdz 2020. gadam, pieņemot, ka PVN likme būtu bijusi 12 % vai 9 %.

1. tabula

Summu aprēķini, ja PVN likmes būtu 12 % un 9 % (Avots: autores veidota tabula pēc pašas veiktajiem aprēķiniem)

Gads	PVN summa ar 21 % likmi	PVN summa ar 12 % likmi	PVN summa ar 9 % likmi
2017.	39 979 071	22 845 183	17 133 887
2018.	39 150 326	22 371 614	16 778 711
2019.	57 435 975	32 820 557	24 615 417
2020.	37 01 523	21 372 298	16 029 224



2. att. PVN nodokļu summu salīdzinājums par 2019. gadu ar dažādām PVN likmēm (Avots: autores veidots)

Pēc 1. tabulas veiktajiem aprēķiniem un grafiski attēlotajiem rezultātiem par 2019. gadu (2. att.) ir redzams, ka ar 12 % PVN samazināto likmi nozares uzņēmumiem būtu nācies samaksāt 32 milj. euro, kas ir par 25 milj. euro mazāk nekā ar 21 % PVN nodokļu likmi. Bet pieņemot, ka PVN samazinātā likme ir 9 %, nozarei būtu nācies samaksāt 24 milj. euro, kas ir jau par 33 milj. euro mazāk salīdzinot ar samaksāto nodokļa summu pie 21 % PVN likmes. Autore secina, ka abas samazinātās PVN likmes ļoti būtiski samazinātu ar PVN saistītos izdevumus ēdināšanas nozares uzņēmumiem. Samazinoties PVN nodokļu izdevumiem, uzņēmumiem būtu iespēja šos līdzekļus novirzīt palielinot darba spēka atalgojumu, kas nozares uzņēmējiem radītu labvēlīgākus apstākļus trūkstošā darba spēka piesaistei un esošā darba spēka saglabāšanai. Samazinātā PVN likme sniegtu iespēju uzņēmumiem šos līdzekļus ieguldīt uzņēmuma attīstībā un uzņēmējdarbības paplašināšanā. Pētījuma noslēgumā autore secina, ka lielais nodokļu slogs ēdināšanas nozari kopumā ietekmē negatīvi, jo izņem pārāk daudz finanšu līdzekļu no uzņēmumiem, tos būtu iespējams ieguldīt citās vajadzībās.

Secinājumi

1. Nodokļi ir galvenais valsts finansiālais pamats.
2. Nodokļu galvenās funkcijas ir valsts budžeta ienākumu nodrošināšana, atsevišķu procesus regulēšana un sociālo vajadzību nodrošināšana.
3. Ēdināšanas nozares vislielākās samaksātās nodokļu summas sastāda valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas un pievienotās vērtības nodoklis.
4. Ēdināšanas nozari visvairāk ietekmē ar darba spēku saistītie nodokļi un PVN nodoklis.
5. Gan 12 %, gan 9 % samazinātās PVN likmes ieviešana ēdināšanas nozarē ļoti būtiski samazinātu ar PVN saistītos izdevumus.
6. Ieviešot samazināto PVN likmi, uzņēmumiem būtu iespēja šos līdzekļus novirzīt uz darba spēka atalgojuma paaugstināšanu.
7. Samazinātā PVN likme sniegtu iespēju uzņēmumiem šos līdzekļus ieguldīt uzņēmuma attīstībā un uzņēmējdarbības paplašināšanā.
8. Lielais nodokļu slogs ēdināšanas nozari kopumā ietekmē negatīvi, jo izņem pārāk daudz finanšu līdzekļu no uzņēmumiem.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. "Ēdinātājus smagi skar cenu pieaugums, maksātspējas kritums un darbinieku trūkums" (2022). [skatīts: 23.10.2022.]. Pieejams: https://www.db.lv/zinas/edinatajus-smagi-skar-cenu-pieaugums-maksatspejas-kritums-un-darbinieku-trukums-507422
2. "Iedzīvotāju ienākuma nodokļa likmes". [skatīts: 14.01.2023.]. Pieejams: https://www.vid.gov.lv/lv/iedzivotaju-ienakuma-nodokla-likmes
3. Jurušs, M. (2019). Nodokļi. Rīgas Tehniskā universitāte.
4. "Krīzē noturējās tie, kas bija maksājuši nodokļus" (2022). [skatīts: 13.01.2023.]. Pieejams: https://www.plz.lv/krize-noturejas-tie-kas-bija-maksajusi-nodoklus/
5. Likums "Par iedzīvotāju ienākuma nodokli". [skatīts: 14.01.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/56880-par-iedzivotaju-ienakuma-nodokli
6. Likums "Par nekustamā īpašuma nodokli". [skatīts: 15.01.2023]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/43913-par-nekustama-ipasuma-nodokli
7. Likums "Par nodokļiem un nodevām". [skatīts: 07.01.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/33946-par-nodokliem-un-nodevam
8. Likums "Pievienotās vērtības nodokļa likums". [skatīts: 08.01.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/253451-pievienotas-vertibas-nodokla-likums
9. Likums "Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums". [skatīts: 15.01.2023]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/292700-uznemumu-ienakuma-nodokla-likums
10. "Nekustamā īpašuma nodokļa likmes". Elektroniskais resurss [skatīts: 16.01.2023.]. Pieejams: https://www.vid.gov.lv/lv/nekustama-ipasuma-nodokla-likmes
11. "Nozaru statistikas katalogs", Elektroniskais resurss [skatīts: 17.01.2023.]. Pieejams: https://www.vid.gov.lv/lv/nozaru-statistikas-katalogs
12. "Valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas". [skatīts: 15.01.2023.]. Pieejams: https://www.vid.gov.lv/lv/valsts-socialas-apdrosinasanas-obligatas-iemaksas

Žanete Mališeva. KRĀJUMU UZSKAITES PILNVEIDE SPECIALIZĒTO DARBA APĢĒRBU RAŽOŠANAS UZŅĒMUMĀ

Alberta Koledža, studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Grāmatvedība", e-pasts: zhanete.maliseva@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: vieslektore: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: grāmatvedībā galvenais uzdevums ir uzskatāmi atspoguļot uzņēmuma finansiālo stāvokli un ir svarīgi krājumu uzskaiti veikt saskaņā ar uzņēmuma grāmatvedības politiku un Ministru kabineta (MK) noteikumiem. Pētāmā uzņēmuma nozare ir darba apģērbu ražošana un tajā ir liels materiālo krājuma apjoms. Tādēļ autore vēlas pievērst lielāku uzmanību krājumu uzskaites pilnveidošanai un precīzai ienākošo un izejošo materiālu kontrolei, nepieļaujot nepilnības krājumu uzskaitē.

Pētījuma mērķis: izstrādāt priekšlikumu materiālo krājumu pārvaldības pilnveidi, lai uzņēmums spētu efektīgāk pārvaldīt savus krājumus un neveidotos noliktavā nerealizējami krājumi.

Pētījumu metode: veicot uzņēmuma krājumu uzskaites izpēti izmantota loģiski-konstruktīvā metode, grafiskā metode un kvantitatīvā dokumentu analīze.

Pētījuma rezultāts: pētījuma ietvaros izstrādātie secinājumi un priekšlikumi veicina spēju uzņēmumā nodrošināt kvalitatīvu krājumu uzskaiti un uzlabo krājumu inventarizāciju pēc periodiskās metodes. Tāpat pētījums sekmējis spēju sagatavot precīzu izejvielu un materiāla izmantošanas apskatu.

Atslēgas vārdi: *krājumi; novērtēšana; uzskaite.*

Ievads

Darba tēma ir "Krājumu uzskaites pilnveide specializēto darba apģērbu ražošanas uzņēmumā". Viens no grāmatvedības uzdevumiem ir uzskatāmi atspoguļot uzņēmuma finansiālo stāvokli. Krājumu uzskaite ir nozīmīga, tā izriet no uzņēmuma grāmatvedības politikas un Latvijas Republikas tiesību aktu nosacījumiem.

Uzņēmums nodarbojas ar specializēto darba apģērbu ražošanu. Uzņēmumā esošais krājumu apjoms ir liels: palīgmateriāli, izejmateriāli, pamatmateriāli, nepabeigtie izstrādājumi un gatavā produkcija. Viss tas veido uzņēmuma krājumus. Galvenā problēma, kas saistīta ar krājumu uzskaiti, ir nepareiza uzskaite ražošanas procesā, kas gada pārskatā veido zaudējumus. Ļoti svarīgi un nozīmīgi ir veikt inventarizāciju, jo tā nodrošina krājumu kontroli.

Darba mērķis ir izstrādāt priekšlikumu materiālo krājumu pārvaldības pilnveidi, lai uzņēmums spētu efektīgāk pārvaldīt savus krājumus un neveidotos noliktavā nerealizējami krājumi.

Mērķa sasniegšanai izvirzīti sekojoši uzdevumi:

- izpētīt krājumu uzskaites aprakstošo literatūru un reglamējošos normatīvos aktus, sagatavot pārskatus par izpētītajiem rezultātiem;
- apkopot teorētiskās izpētes rezultātus;
- analizēt dokumentus un pētīt izejmateriālus, kas pašlaik atrodas krājumos;
- secināt un izstrādāt priekšlikumu krājumu uzskaites pilnveidošanai uzņēmumā.

Veicot uzņēmuma krājumu uzskaites pētījumu, tika izmantota loģiski-konstruktīva metode, grafiskā metode un kvantitatīvā dokumentu analīze. Galvenā uzmanība tika vērsta uz izejmateriālu un gatavo produkciju uzskaiti un realizāciju. Specializēto darba apģērbu ražošanas

inventārs atbilst pamatlīdzekļu uzskaites kārtībai.

Analītiskais aspekts

Jebkuram uzņēmumam ir nepieciešams noteikt krājumu apjomu un uzturēt to, lai izvairītos no pārtraukumiem ražošanā un tiktu nodrošināta efektīga uzņēmuma darbība. Ražošanas uzņēmuma krājumu uzskaites galvenais krājumu uzskaites objekts ir materiāli, kuri tiek izmantoti ražošanā. Tie ir iedalāmi četrās kategorijās:

1. izejvielas;
2. pusfabrikāti;
3. palīgmateriāli;
4. ekspluatācijas materiāli.

Krājumi uzņēmējdarbībā ir apgrozāmie līdzekļi, kurus pārveidojot ražošanas procesā izmanto kā materiālus pakalpojumu sniegšanā, uzņēmums gūst ikdienas ieņēmumus. Taču ir nianses, kas rada problēmas gan krājumu vienību analītiskajā uzskaitē, gan saistītajā finanšu uzskaitē. Krājumu vienību analītisko uzskaiti pa krājumu nomenklatūras vienībām, saskaņā ar gada pārskatu, veic pēc periodiskās inventarizācijas vai nepārtrauktās inventarizācijas metodes. Periodiski salīdzinot krājumu atlikumus finanšu uzskaitē ar faktiskajiem krājumu atlikumiem, grāmatvedības, bilances kontā summas izteiksmē uzrāda tikai faktiski konstatētos inventarizācijas rezultātus. Bet krājumu izsniegšana ražošanā starp inventarizācijas periodiem netiek iegrāmatota. Ja uzņēmuma krājumu atlikumi ir lieli, tos ir sarežģīti kontrolēt, tad ērtāk ir lietot nepārtrauktās inventarizācijas metodi, visu krājumu kustību uzskaitot un iegrāmatojot. Krājumu un izejmateriālu un pamatmateriālu transakcijas var izsekot pēc krājuma dotajiem kodiem, artikuliem, sērijas numura, partijas numura vai kreditora partijas numura.

Inventarizācija uzņēmumā ir viens no darbietilpīgākajiem posmiem, lai precīzi un patiesi atspoguļotu krājumu atlikumu vērtības bilancē un ar krājumu iegādi saistītās izmaksas vai zaudējuma aprēķinus. Iegūtie dati ir jāsalīdzina ar inventarizācijā iegūtajiem datiem. Inventarizācijas kārtību nosaka Latvijas Republikas likums "Par grāmatvedību" un Ministru kabineta 2003. gada 21. oktobra noteikumi Nr. 585 "Noteikumi par grāmatvedības kārtošanu un organizāciju". Par inventarizācijas veikšanu atbildīgs ir ražošanas vadītājs, kurš inventarizācijas veikšanu uzņēmumā, rakstveida rīkojumu izveido inventarizācijas komisiju (ne mazāk kā 3 cilvēku kopskaitā) un nosaka inventarizācijas uzsākšanas un pabeigšanas termiņu. Ir aizliegts veikt inventarizāciju uzņēmumā, ja nav attiecīgās komisijas grupas.

- Tajā jābūt darbiniekiem, kuru ikdienas pienākumi nav tieši saistīti ar konkrēto objekta lietošanu, kuri nav atbildīgi par tā uzskaiti (piemēram, pamatlīdzekļu uzskaites grāmatvedis), izmantošanu vai kontroli (Aivars Ludboržs, 2006, 100. lpp.).
- Tajā jābūt darbiniekam , kas var palīdzēt identificēt pamatlīdzekļus un inventāru.

MK noteikumu Nr. 877 87. punkts nosaka, ka inventarizācijas laikā inventarizācijas rezultātus elektroniski ievada vai manuāli (ar roku) ieraksta inventarizācijas sarakstā.

"Pārskata gada slēguma inventarizāciju drīkst veikt triju mēnešu laikā pirms pārskata gada beigu dienas vai mēneša laikā pēc tās, pārrēķinot inventarizācijas dienā konstatētos atlikumus atbilstoši grāmatvedības datiem pārskata gada pēdējā dienā. Inventarizācijas rezultātus ieraksta grāmatvedības reģistros līdz gada pārskata parakstīšanas datumam." (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskata likums, spēkā esošā redakcija).

Katram uzņēmumam, kas nodarbojas ar rūpniecisko ražošanu, ļoti svarīgi ir pareizi novērtēt un uzskaitīt pamatlīdzekļus un to izlietojumu, jo pamatlīdzekļi ir ilglietojami materiālie aktīvi. Uzņēmuma krājumi tiek izmantoti, lai nodrošinātu sistemātisku darbu un pareizu ražošanas

procesa organizāciju. Laika gaitā tie pakāpeniski kļūst nelietojami un rodas vajadzība tos norakstīt. Tas jādara saskaņā ar likumdošanas normām un iekšējo uzņēmuma dokumentāciju. Šādiem nolūkiem ir īpaši izstrādāts dokuments, ko sauc par "Krājumu norakstīšanas aktu". Krājumu norakstīšanas akts ir līdzeklis atsevišķu grāmatvedības ierakstu izdarīšanai. Tie nepieciešami, lai veiktu visu iznīcināmo materiālu uzskaiti. Krājumu norakstīšanas akts parasti tiek sastādīts pēc inventarizācijas veikšanas. To var plānot (mēnesī, ceturksnī vai uzreiz) vai pēkšņi. Iemeslu nosaka uzņēmuma vadītājs. Uzņēmumā gada griezumā veidojas arī gatavo produkciju atlikumi un brāķētie izstrādājumi, kuri netiek norakstīti, bet ir uzskaitē uzņēmumā un veido krājumus. Visi krājumi, kas iesaistīti ražošanas procesā, ir sadalīti: ražošanā un precēs. Daži no tiem nodrošina nepārtrauktu darbību, bet otri ir gatavas preces un ir paredzēti nosūtīšanai patērētājam.

Metodoloģija

Pētījums par krājumu uzskaites pilnveidi specializēto darba apģērbu ražošanā tika veikts no 2021. gada līdz 2022. gada decembrim. Sākot pētījumu, tika ievākta un apkopota pieejamā informācija un tika veikts uzskaiti reklamējošo dokumentu izpēte – literatūras un normatīvo aktu analīze, lai izpētītu krājumu uzskaiti. Darba analīzei tika izmantoti "Specializēto darba aizģērba ražošanas" pētāmā uzņēmuma iekšējie dokumenti:

1. Nolikums par inventarizācijas un to norises kārtību;
2. Gada pārskati no 2021. g. līdz 2022. g. un to pielikumi;
3. Nolikums par krājumu uzskaiti.

Rezultāti

Krājumu uzskaitei pētāmajā uzņēmumā pielieto grāmatvedības programmu "HansaWorld". Programmā tiek uzskaitīti krājumi, krājumu kustība starp noliktavām, tiek aprēķinātas algas, uzskaitīti debitori, kreditori, tiek sastādīti cenu piedāvājumi klientiem un visas pārējās darbības. Visas atskaites, dokumentu formas tiek programmētas atbilstoši likumdošanai. Mainoties likumiem, programmētājs pēc grāmatveža rakstiskas vai mutiskas prasības veic izmaiņas. Uzņēmuma uzskaitē atrodas liels skaits: pamatmateriāli, palīgmateriāli, izejmateriāli, nepabeigtā izstrādājumi un gatavā produkcija. Palīgmateriāli un izejvielas ir apritē un mainās to uzkrājumu daudzums un veidi. Iepērkot preci, krājumus iegrāmato un uzskaita to daudzumu un vērtību, tāpat arī, kad izraksta pavadzīmes ar atdoto, izsniegto gatavo preci. Iegādes vērtība, daudzums ir vienāda ar pirkšanas cenu, pamatojoties uz rēķiniem, preču pavadzīmēm un citiem attaisnojošiem dokumentiem. Transporta izdevumi, pakalpojumi par piegādāto preci tiek pieskaitīti klāt pasūtītajai precei. Sistēmā preču piegādes vai pasūtījuma izpilde tiek atspoguļota grāmatvedībā, pamatojoties uz ražošanas rēķiniem, kuri pievienoti dokumentiem, kas apliecina preču piegādi un pasūtījuma izpildi. Reizi gadā veic inventarizāciju, saskaņā ar Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem. Sagatavojot ražošanas uzņēmumu inventarizācijai, ir nepieciešams :

- visai precei, kas atrodas uzņēmumā, ir jābūt viegli pieejamai un saskatāmai;
- vienā kastē jāatrodas tikai viena veida izejmateriālam;
- atsevišķi uzskatāmi tiktu nodalīti brāķētie, nepabeigtie izstrādājumi un preču vienības, kuras pakļautas norakstīšanai
- precei, kas nav jāskaita – paraugiem, jābūt marķētiem attiecīgi ar uzrakstu "paraugs";
- jāveic visu iekšējo pavadzīmju apstrāde un iegrāmatošana sistēmā.

Preču zudumu norma pētāmajā uzņēmumā noteikta ir 0,15 % no gada realizētās preču pašizmaksas. Pamatojoties uz inventarizācijas rezultātiem, tiek veikta koriģēšana grāmatošanā

krājumu uzskaitē. Pārskata gada beigās 2111 kontā atrodas izejvielas un materiāli, kas vēl nav izmantoti un tiek izmantoti tālākajai pārstrāde un uzglabājas ražošanā.

Krājumu uzskaitei tiek izmantoti sekojoši konti:

- 2100 Krājumi;
- 2121 Nepabeigtie ražojumi un pasūtījumi;
- 2110 Izejvielas un materiāli;
- 2139 Precu korekcijas konts;
- 2140 Nepabeigtie pasūtījumi;
- 2180 Avansa maksājumi par precēm.

Gada beigās ražošanas stadijā nepabeigtie izstrādājumi tiek atzīti bilancē, grāmatojot (skat. 1. tab.):

1. tabula

Nepabeigto ražojumu grāmatojums (Avots: Pētāmā uzņēmuma iekšējā dokumentācija)

D	2120 Nepabeigtie ražojumi un pasūtījumi
K	7110 Izejvielu un materiālo iepirkšana un piegādes izmaksas

Saražotā produkcija tiek atzīmēta bilancē, grāmatojot (skat. 2. tab.):

2. tabula

Saražotās produkcijas grāmatojums (Avots: Pētāmā uzņēmuma iekšējā dokumentācija)

D	2130 Gatavie ražojumi un inventārs
K	2121 Nepabeigtie ražojumi un pasūtījumi

Ražošanas uzņēmumā ir vairākas problēmas, kas saistītas ar krājumu uzskaiti. Viena no lielākajām ir, ka, veicot krājumu uzskaiti un veidojot gada pārskatu, nesakrīt izejmateriālu un pamatmateriālu daudzums, vienības, kas parādās noliktavas atlikumu dokumentācijā. Ir izejmateriāli un pamatmateriāli, kurus nevar kontrolēt, izlietojumu procesā un inventarizācijas gaitā materiālos ir iztrūkums. Lai ražošanā varētu precīzāk un kvalitatīvāk noteikt izmantotā materiāla izlietojumu, tam vajadzētu iegūt precīzus datus. Bet pētāmajā uzņēmumā tam nepietiek resursu, lai varētu modernizēt iekārtas un veiktu precīzu uzskaiti.

Secinājumi

Pētāmā uzņēmuma krājumi tiek uzskaitīti pēc kontiem un artikuliem. Lietošanai kontu plāns nav obligāts, katrs grāmatvedis var lietot paša sistēmu un numerāciju, bet saprasties ar citiem ir vieglāk, ja tas tiek izmantots. Analizējot krājumu uzskaites nepilnības ražošanā, vajadzētu veikt krājumu uzskaites metožu nomaiņu: no periodiskās inventarizācijas metodes – tagad, uz nepārtrauktās inventarizācijas metodi – turpmāk. Nepārtrauktās inventarizācijas metodes būtība ir krājumu kustības sistemātiska uzskaite, jo bilances kontos tiek iegrāmatota visu krājumu kustība, iekšējā pārvietošana, nodošana ražošanā, saņemšana un izsniegšana. Šo metodi lieto uzņēmumi, kuriem ir liels apjoms ar pamatmateriāliem, izejmateriālu atlikumiem, jo tā nodrošina kontroli pār krājumu saglabāšanu un iztrūkumiem, identificēšanu, gan iespēju aprēķināt peļņu vai zaudējumus par jebkuru laika periodu.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskata likums (spēkā esošā redakcija). Latvijas Vēstnesis 2015. gads [skatīts 28.12.2022.]. Pieejams http://likumi.lv
2. Ludboržs, A. (006). Pamatlīdzekļu uzskaite. Rīga: Lietišķās informācijas dienests
3. Uzņēmums X (2021). Nolikums par inventarizācijas un to norises kārtību.
4. Uzņēmums X (2021). Nolikums par krājumu uzskaiti.
5. Uzņēmums X (2022). Gada pārskati no 2021.g. līdz 2022.g. un to pielikumi.
6. Uzņēmums X. Uzņēmuma politika/Nolikums par krājumu uzskaites norakstīšanu un novērtēšanu. (Nepublicēts)

Jānis Vītols. DEBITORU PARĀDU UZSKAITES PROCESA PILNVEIDE PAKALPOJUMU SNIEGŠANAS UZŅĒMUMOS

Alberta koledža, Studiju programma "Uzņēmējdarbība", apakšprogramma "Grāmatvedība", e-pasts: vitols.riga@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.sc.oec., viesdocente Sandra Tetere*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: dažādu ārējo politisko un ekonomisko apstākļu ietekmē ir ļoti svarīgi izprast, kā uzturēt, optimizēt un pilnveidot debitoru uzskaites procesus. Šiem procesiem jābūt izstrādātiem un pielāgotiem tā, lai dažādu notikumu ietekmē, iekšējā un ārējā politikā un ekonomikā būtiski nepalielinātos debitoru parādu apjoms. Katram uzņēmumam šī ir ļoti būtiska uzņēmējdarbības sastāvdaļa, jo liels debitoru parādu apjoms var ietekmēt uzņēmuma dzīvotspēju. Īpaši svarīgs šis jautājums ir pakalpojumu sniegšanas nozarē, jo sniedzot pakalpojumu uzņēmums tērē iekšējos resursus un materiālus, bez iespējas daļēji saņemt tos atpakaļ debitora parāda neatmaksāšanas gadījumā.

Pētījuma mērķis: izpētīt debitoru uzskaites procesu pakalpojumu sniegšanas uzņēmumos un izstrādāt priekšlikumus pilnveidei.

Pētījuma metodes: pētījumā izmantotas vairākas metodes: datu vākšanas metode – literatūras un interneta resursu datu un informācijas analīze, normatīvo aktu un likumdošanas analīze, statistikas pārskatu datu analīze; datu apstrādes metodes – grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: apkopojot pētījumā analizēto informāciju par debitoru parādu rašanās iemesliem dažādās pakalpojumu sniegšanas nozarēs ir izstrādāti vairāki priekšlikumi, kā optimizēt debitoru parādu uzskaites procesus un nepieļaut debitoru parāda apjoma palielināšanos.

Atslēgas vārdi: *debitori; parādi; uzskaite.*

Ievads

Debitoru parādu uzskaite, sistematizācija un metodiska pieeja to atgūšanai ir viens no svarīgākajiem uzņēmēja uzdevumiem. Savlaicīga debitoru parāda neatgūšana var novest pie uzņēmuma finansiālajām problēmām, apgrozāmo līdzekļu trūkuma vai pat maksātnespējas. Mūsdienu ekonomiskajos un konkurences apstākļos uzņēmumi, tajā skaitā arī pakalpojumu sniegšanas uzņēmumi, strādā ar klientiem sniedzot pakalpojumus, bet apmaksa tiek noteikta vēlāk, jau pēc tam, kad pakalpojums ir sniegts. Šajos pēcapmaksas apstākļos nepareiza pieeja debitoru uzskaitei jau sākumā posmā var sarežģīt debitora parāda atgūšanas procesu un iespējas. Sistemātiska pieeja un ātra reaģēšana uz debitora parāda, vai pat neliela kavējuma, rašanos ir uzņēmuma panākuma atslēga.

Dotā pētījuma mērķis ir izpētīt debitoru uzskaites procesu pakalpojumu sniegšanas uzņēmumos un izstrādāt priekšlikumus pilnveidei. Mērķa sasniegšanai tika izpētītas dažādas pakalpojumu sniegšanas nozares: būvniecības, tūrisma, transporta, juridiskās un finanšu konsultācijas, fitnesa un labsajūtas uzlabošanas, medicīnas, nekustamā īpašuma apsaimniekošanas, telekomunikācijas pakalpojumu sniegšana.

Ņemot vērā, ka pētījuma rezultātā ir izdarīts secinājums, ka debitoru parādu rašanās iemesli ir kopīgi vai ļoti līdzīgi visiem pakalpojumu sniedzējiem, tāpēc pētījuma rezultāti detalizētāk tiek izskatīti uz namu apsaimniekošanas pakalpojumu sniedzēju piemēra. Pētījuma rezultātā ir izdarīti secinājumi, sniegti priekšlikumi un aplūkotas dažādas iespējas izvirzītu priekšlikumu īstenošanai.

Pētījuma darba mērķa sasniegšanai tika veikti sekojošie uzdevumi:

- veikta normatīvo aktu izpēte par debitoru parādu atzīšanas kritērijiem, novērtēšanu, uzskaiti un atspoguļošanu finanšu pārskatā;
- apkopota un analizēta informācija par debitoru parādu rašanas iemesliem dažādās pakalpojumu sniegšanas nozarēs;
- izvērtēta informācija par debitoru parādu uzskaites un atgūšanas metodiku dažādos pakalpojumu sniegšanas uzņēmumos;
- apkopota informācija par debitoru parādu atgūšanas iespējām;
- sniegti priekšlikumi debitoru parādu uzskaites un atgūšanas pilnveidošanai.

Analītiskais apskats

Katra uzņēmēja viens no svarīgākajiem uzdevumiem ir izvērtēt savu finansiālo stāvokli. Pēdējo 3 gadu notikumi, kuri ļoti ietekmēja Latvijas un pasaules ekonomiku, bija COVID-19 pandēmija un, sākot ar 2022. gada februāri, ieviestās sankcijas un kara ekonomiskās sekas. Šie apstākļi lika katram uzņēmējam vēl vairāk domāt un rūpīgāk izvērtēt savu finansiālo stāvokli.

Veicot saimnieciskās darbības uzskaiti, gandrīz visos darījumos ir jāuzskaita un jānorāda darījuma pretējā puse – partneris, ar kuru veikts darījums. Partneris var būt juridiskā vai fiziskā persona, kurai ir līgumattiecības, piemēram, pakalpojuma saņemšana ar uzņēmumu pakalpojumu sniedzēju. Grāmatvedības uzskaitē šādi darījumi tiek uzskaitīti katrs atsevišķi un grāmatvedības uzskaites grāmatojumos informācija par partneri ir obligāta. Šāda veida uzskaite dod iespēju uzzināt un sekot līdzi, kas un cik ir parādā dotajā brīdī. Ekonomiskās situācijas svārstību rezultātā var pasliktināties pircēju maksātspēja un norēķinu disciplīna, kas var izraisīt apgrozāmo līdzekļu trūkumu un pat zaudējumus, ja debitoru parādi nebūs atgūti. Pietiekams apgrozāmo naudas līdzekļu apjoms ir veiksmīgas uzņēmējdarbības attīstības priekšnosacījums. Debitoru parādus var pielīdzināt īstermiņa aizņēmumiem, jo, sniedzot pakalpojumu partnerim, nauda tiek saņemta vēlāk, bet uzņēmuma resursi jau ir ieguldīti sniedzot šo pakalpojumu. Tāpēc, jo ātrāk partneris norēķināsies par saņemto pakalpojumu, jo tas labāk ietekmēs uzņēmuma finansiālo stāvokli un tālāko attīstību. Debitoru parādiem varbūt dažādi noteikumi un dažādi apmaksas termiņi. Tie ir atkarīgi no paša uzņēmuma apmaksas politikas, sniegtā pakalpojuma specifikas un savstarpēji noslēgto līgumu nosacījumiem.

Bet debitori nav tikai pakalpojumu saņēmēji, kuri ir parādā naudas līdzekļus, bet arī uzņēmuma bilances aktīva sastāvdaļa, tāpēc debitoru uzskaite ir svarīga ne tikai naudas plūsmas dēļ, bet atbildību par šo uzskaiti uzliek arī vairāki Latvijas Republikas spēkā esošie likumi un normatīvie akti. Visstingrākie noteikumi dažāda veida debitoru parādiem no likumdošanas viedokļa ir Uzņēmuma ienākumu nodokļa likumam, jo izvērtējot šaubīgos un bezcerīgos debitorus, jāņem vērā, ka tiem var būt ietekme uz uzņēmumu ienākuma nodokļa aprēķinu. Uzņēmuma ienākuma nodokļa likuma 9. pants "Nedrošie debitoru parādi" regulē debitoru parādu iekļaušanu ar uzņēmuma ienākumu nodokļi apliekamajā bāzē, kā arī nosaka atbrīvojumus.

Vispārīgā gadījumā debitors var radīt ar nodokli apliekamu bāzi, ja:

- debitoram ir izveidots uzkrājums un tas iekļauts kā izmaksa peļņas vai zaudējumu aprēķinā, un parāds nav atgūts 36 mēnešu laikā (60 mēnešu laikā, ja debitoram uzsākta maksātnespējas procedūra) no uzkrājuma izveidošanas dienas;
- debitors ir norakstīts izdevumos;
- ir izveidots uzkrājums atbilstoši starptautiskajam finanšu pārskatu standartam Nr. 9 "Finanšu instrumenti" un parāds nav atgūts 60 mēnešu laikā, skaitot no parāda rašanās brīža, kad preču un pakalpojumu saņēmējam bija jānorēķinās ar preču piegādātāju vai pakalpojumu sniedzēju, bet samaksa netika veikta (*www.kpmg.lv*).

Ņemot vērā Uzņēmuma ienākuma nodokļa likuma normas, ir 2 veidi, kā uzņēmums var izvairīties

no nodokļa, ja ir radies debitora risks:

- uzkrājumu veidošana nedrošiem debitoru parādiem;
- debitora parāda nodošana piedziņai – cesija personām, kas tālāk nodarbojas ar parāda piedziņu.

Parāda cedēšana ir viena no iespējām, kā pārvaldīt debitoru riskus, nododot to citam uzņēmumiem, kas tālāk veic visas darbības saistībā ar parāda atgūšanu.

Izvērtējot šīs minētās uzņēmuma darbības, finansiālo stāvokli un nodokļu risku ietekmējošus faktus ir skaidrs, ka ir svarīgi nepieļaut debitoru parādu rašanos un, vēl jo vairāk, pieaugumu. Bet, kāpēc rodas debitoru parādi? Visbiežāk sastaptie iemesli, kurus min gan nozaru, gan finanšu eksperti, kā arī paši pakalpojumu sniegšanas uzņēmumu pārstāvji, ir sekojoši:

- neveiksmīgi izvēlēta un pielietota debitoru uzskaites metodika;
- nepietiekams darbinieku skaits, kas veic debitoru uzraudzību;
- debitors nav saņēmis piestādīto rēķinu;
- uzņēmums nav atgādinājis debitoram, ka ir pienācis apmaksas termiņš;
- debitoru neapmierina sniegto pakalpojumu kvalitāte, bet ne viena no līgumslēdzēju pusēm nav informējusi viena otru par neapmierinošo darījuma nobeigumu;
- debitoram ir mainījušies kopējie vai finanšu apstākļi un tas nav spējīgs veikt apmaksu vai izvēlas apmaksāt citu pakalpojumu sniedzēju rēķinus;
- nav kvalitatīvi un padziļināti izvērtēts darījuma partneris un informācija, kura ir pieejama par darījuma partneri, piemēram, partnera reģistrācijas dati (valsts, juridiskā un faktiskā adrese); amatpersonu saistības un amatpersonu saistītie uzņēmumi; finanšu dati (piemēram, gada pārskats); informācija par nodokļu parādiem un veikto iemaksu apmēriem; apgrūtinājumi (piemēram, komercķīlas); tiesvedības; klienta darbības nozare; sadarbības ilgums; darījumu apjoms utt. Padziļināto partnera izpētes pakalpojumus šobrīd piedāvā vairāki uzņēmumi. Viens no populārākajiem ir *www.lursoft.lv*.

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma ietvaros tika veikta sekundāro datu analīze. Pētījuma dati iegūti no publiski pieejamiem avotiem – Centrālās statistikas pārvaldes, Patērētāju tiesību aizsardzības centra, Valsts ieņēmumu dienesta, "Lursoft", kā arī pēc atslēgvārda atlasīta informācija interneta resursos. Iegūto datu analīzē un pētījuma atskaites sagatavošanā tika pielietota aprakstošās statistikas metodika – datu vākšanas un summēšanas process, pārveidojot iegūtus datus no liela apjoma skaitļu formas uz formu, kura ir viegli uztverama un ērta tālākai analīzei.

Pētījuma rezultāti

Veicot pētījumu tika izpētītas dažādas pakalpojumu sniegšanas nozares un izdalītas nozares ar vislielāko debitoru parādu īpatsvaru. Veicot analīzi ir secināts, ka lielāko īpatsvaru tomēr ieņem parādi ar nelielu kavējumu – līdz 30 dienām, kuri parasti tiek samaksāti šajā periodā un pie veiksmīga debitoru uzskaites procesa varētu nerasties. Sarežģītāk ir ar parādiem, ar kuru atgūšanu uzņēmumi paši vairs netiek galā un ir jāpiesaista parādu atgūšanas uzņēmums.

Uz 2021. gada 31. decembri kopējā parādu portfelī ir 1 315 056 parādu lietas, no kurām 11,58 % jeb 152 300 lietas ir kredītiestāžu nozarē, 38,09 % jeb 464 941 202 lietas ir patērētāju kreditēšanas (ne banku) nozarē, 23,63 % jeb 310 808 lietas par elektronisko sakaru (internets, telekomunikācijas) pakalpojumiem, 2,46 % jeb 32 328 lietas par nekustamā īpašuma uzturēšanas pakalpojumiem, 3,36 % jeb 44 178 lietas par medicīnas pakalpojumiem, 11,99 % jeb 157 627

lietas par autostāvvietu pakalpojumiem, 8,89 % jeb 116 954 lietas citu preču un pakalpojumu jomā (*www.ptac.gov.lv*).

Riskantākās nozares parādu veidošanas ziņā ir patērētāju kreditēšana, otrajā vietā ir elektronisko sakaru pakalpojumu sniegšana un trešajā vietā ir nekustama īpašuma apsaimniekošana.

Veicot pētījumu tika padziļināti izpētīti divi nekustamo īpašumu uzņēmumi: SIA "Talsu namsaimnieks" un SIA "Rīgas namu pārvaldnieks".

SIA "Talsu namsaimnieks" klientiem sniedz dažādus pakalpojumus, viens no tiem ir daudzdzīvokļu dzīvojamo māju apsaimniekošana. Tā kā dzīves dārdzība aug straujāk nekā iedzīvotāju ienākumi, tad uzņēmums saskaras ar klientu nespēju pilnībā norēķināties par sniegtajiem pakalpojumiem. SIA "Talsu namsaimnieks" seko, lai maksājumu kavējumi neveidotos, un aktīvi strādā ar parādniekiem.

Parādu atgūšana, tai skaitā arī parādu piedziņa, ir ilgstošs process, turklāt tas prasa papildu finansējuma izmantošanu. Lai parādu atgūšana būtu rezultatīva un uzņēmums samazinātu zaudējumus, SIA "Talsu namsaimnieks" Juridiskā nodaļa izvērtē un monitorē klientu norēķināšanās disciplīnu, regulāri sūta atgādinājuma vēstules, nepieciešamības gadījumā arī sniedz tiesā prasības.

Vērtējot pēdējo trīs gadu dinamiku, kopējai uzkrāto parādu summai ir tendence samazināties. Uz 2020. gadu debitoru parādu apjoms bija 842 114,10 eiro, uz 2021. gadu tas samazināts līdz 771 816,20 eiro, bet uz 2022. gadu: līdz 731 609,90 eiro.

"2021. gadā 137 lietās noslēdzās tiesas procesi, 64 lietas nodotas Zvērinātu tiesu izpildītājiem vai ir noslēgtas vienošanās, vai parāds pilnībā atmaksāts. Lielu īpatsvaru no kopējā debitoru parāda sastāda pašvaldībai piederošo īres dzīvokļu īrnieku parādi – uz 2022. gada sākumu tie ir 188 684,37 eiro. Zvērinātu tiesu izpildītājiem 2021. gadā piedziņai nodotas 65 lietas par debitoriem, kuri dzīvo pašvaldībai piederošajos dzīvokļos," pastāstīja SIA "Talsu namsaimnieks" juriste Sigita Amstere. Viņa uzsvēra, ka gan Covid-19 pandēmijas izraisītās sekas, gan arī šī brīža straujais sadārdzinājums var ietekmēt tālāko rēķinu nomaksu un arī parādu atgūšanu.

Ilgstoša rēķinu nemaksāšana var radīt negatīvas sekas ne tikai pašam nemaksātājam, bet arī pārējiem mājas iedzīvotājiem, jo pakalpojumu sniedzējs kritiskā brīdī var pieņemt lēmumu vairs nesniegt attiecīgos pakalpojumus (*https://www.talsunamsaimnieks.lv*).

SIA "Rīgas namu pārvaldnieks" datu par kavēto parādu izmaiņām diemžēl nav, bet ir zināms, ka šis uzņēmums veiksmīgi tiek galā ar debitoru parādiem. Ar 2023. gadu ir sācis piesaistīt arī parādu piedziņas kompānijas. Viens no veiksmes stāstiem šīm uzņēmumam ir kvalitatīvi izstrādāta "Debitoru politika". Politika bija izstrādāta, jo SIA "Rīgas namu pārvaldnieks" izvēlējas par prioritāti nepieļaut debitoru parādu pieaugumu un nodrošināt savlaicīgu klientu brīdināšanu par parāda rašanos, un veicināt pēc iespējas labprātīgu parāda samaksu.

Secinājumi

1. Katram uzņēmumam, kas sniedz pakalpojumus uz pēcapmaksu, ikdienā nākas saskarties ar būtisku skaitu kavētu rēķinu. Bieži parādnieki apzināti ievilcina maksājumus, jo ir izvēlējušies samaksāt citu rēķinu citam piegādātājam, vai ir pazaudējuši dokumentu daudzu citu rēķinu lielajā apjomā.
2. Debitoru parādu kontrole organizācijā un parādu iekasēšana ir īstenojama ar vairākiem kontroles mehānismiem, t.i.:
    - Debitoru parādu dalīšana un grupēšana reālos, šaubīgos un bezcerīgos parādos;
    - Parādsaistību un rēķinu apmaksas termiņu kontrole, atgādinājumu sistēmas izstrāde;
    - Debitoru parādu administrēšanas kārtības un atbildīgo personu noteikšana;

- Sagaidāmās ienākošās naudas plūsmas prognozēšana;
- Parādu salīdzināšanas aktu sastādīšana un regulāra parādu salīdzināšana ar debitoriem;
- Līgumu slēgšana ar parādu piedziņu uzņēmumiem par parādu piedziņu cesijas vai tiesas ceļā.

Priekšlikumi

1. Uzņēmumiem jāizveido debitoru kontroles politika, kas vienlaikus disciplinēs klientus savlaicīgai rēķinu apmaksai.
2. Uzņēmumiem jādefinē konkrēts maksājuma datums. Ja sadarbība ar klientu ir regulāra, tad iespējams ir nepieciešams vienoties par citu apmaksas datumu katru mēnesi vai izveidot maksājuma grafiku. Noteikta datuma izvēle dos iespēju nosūtīt rēķinu par apmaksājamo summu un klients laicīgi varēs plānot savu naudas plūsmu tā, lai konkrētajā datumā maksājums būtu veikts.
3. Jāparedz iespēja veikt avansa maksājumus. Ja klients ir jauns un sadarbība ar viņu ir uzsākta nesen, kā arī, ja tiek veikts liela apjoma pasūtījumus, pareizākais risinājums var būt avansa maksājums.
4. Apjomīgiem darījumiem jāveic debitoru parādu apdrošināšana.
5. Katram darījumam ir jāparedz nokavējuma soda nauda, kura tiek piemērota maksājuma kavējuma rezultātā. Bieži vien klientus motivē veikt maksājumu apmaksu laicīgi, ja par maksājuma kavējumu tiek piestādīta kavējuma soda nauda. Soda nauda var būt, piemēram, 2 % apmērā par katru kavēto dienu. Gadījumos, kad klients ir spējīgs maksājumu veikt, taču par to aizmirst vai apzināti kavē, soda naudas ieviešana var motivēt klientu maksājumu veikt ātrāk.
6. Līgumos, rēķinos jāiestrādā brīdinājums par sadarbību ar parādu piedziņas kompānijām (ja šāds sadarbības līgums noslēgts).

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Centrālās Statistikas pārvaldes mājas lapa. Uzņēmumu apsekojumi. [skatīts 28.03.2023.] Pieejams: https://www.csp.gov.lv/lv
2. Doble I. Debitoru parādi, to atspoguļošana grāmatvedībā un UIN deklarācijā: SIA "Izdevniecība žurnāli", mājas lapa www.ifinanses.lv. [skatīts 29.03.2023.]. Pieejams: http://www.ifinanses.lv/raksti/gramatvediba/gramatvediba/debitoru-paradi-to-atspogulosanagramatvediba-un-uin-deklaracija
3. Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums (spēkā esošā redakcija). [skatīts 25.03.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/277779-gada-parskatu-un-konsolideto-gada-parskatu-likums
4. KPMG Latvija (2022). Debitoru izvērtēšana gada pārskatā. [skatīts 28.03.2023.]. Pieejams: https://kpmg.com/lv/lv/home/insights/2022/06/debitoru-izvertesana-gada-parskata.html
5. KPMG Latvija. Jaunais UIN regulējums motivē ātrāk strādāt ar debitoriem. [skatīts 28.03.2023.]. Pieejams: https://kpmglaw.lv/jaunais_uin_regulejums_motive_aktivak_stradat_ar_debitoriem
6. Leibus I., Grigorjeva R., Jesemčika A., Svarinska A. (2014). Grāmatvedības pamati uzņēmumos. Rīga: Lietišķās informācijas dienests izdevniecība, 45.–140. lpp.
7. Lursoft klientu monitoringa mājas lapa. [Skatīts 29.03.2023.]. Pieejams: https://www.klientuportfelis.lv/lv/site/login

8. Lursoft mājas lapa [Skatīts 29.03.2023] Pieejams: www.lursoft.lv

9. Saksonova S. (2015). Finanšu informācijas un pārskatu praktiskā izmantošana uzņēmumu finanšu lēmumu pieņemšanā. Rīga: Info Tilts I. K., 150.–158. lpp.

10. SIA Creditreform Latvija mājas lapa. [skatīts 29.03.2023.]. Pieejams: https://creditreform.lv/

11. SIA Rīgas namu pārvaldnieks mājas lapa un SIA Rīgas namu pārvaldnieks debitoru politika. [Skatīts 28.03.2023.]. Pieejams: https://rnparvaldnieks.lv/wp-content/uploads/2021/09/Debitoru-politika.pdf

12. SIA "Talsu namsaimnieks" mājas lapa. [skatīts 29.03.2023.]. Pieejams: https://www.talsunamsaimnieks.lv/

13. Mājas lapa Lietuvas parādu piedziņu kompānijai. [skatīts 29.03.2023.]. Pieejams: https://credeo.lv/zinas/blogs/kadel-tavam-biznesam-ir-vajadziga-debitoru-paradu-apdro%C5%A1ina%C5%A1ana-un-no-kadiem-riskiem-ta-pasarga.html

14. Patērētāju tiesību aizsardzības centrs. Pārskats par ārpustiesas parādu atgūšanas sektoru 2021. gadā. [skatīts 28.03.2023.]. Pieejams: https://www.ptac.gov.lv/lv/media/3185/download?attachment

15. Paytraq Atbalsta centra mājas lapa. [skatīts 29.03.2023.]. Pieejams: https://help-lv.paytraq.com/help/partneris-gramatvediba-kas-tie-tadi-ir-debitori-un-kreditori-ka-ar-viniem-stradat

16. Uzņēmuma Capitalia mājas lapa. [skatīts 28.03.2023.]. Pieejams: https://www.capitalia.com/

17. Uzņēmumu ienākumu nodokļa likums (spēkā esošā redakcija). [skatīts 28.03.2023.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/292700-uznemumu-ienakuma-nodokla-likums

18. Valsts Ieņēmumu dienesta mājas lapa – Grāmatvedības organizēšana, biežāk uzdotie jautājumi un cita informācija – Noderīgi uzņēmējiem. [skatīts 25.03.2023.]. Pieejams: www.vid.gov.lv

Iluta Baltmane. APDROŠINĀŠANAS KRĀPŠANAS JĒDZIENA PROBLEMĀTIKA

Alberta koledža, Komercdarījumu tiesiskais regulējums, iluta.baltmane@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: *Mg.iur., lektors, Ivars Čivčišs*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Krāpšanas un apdrošināšanas krāpšanas problemātika nav jauna sociāla parādība, bet tā joprojām ir aktuāla sabiedrībām, kuras darbojas apdrošināšanas jomā. Krimināllikuma 178. pantā apdrošināšanas krāpšanas jēdziens ir definēts šauri, liekot uzsvaru uz savas mantas tīšu iznīcināšanu, sabojāšanu vai slēpšanu, izslēdzot citas darbības, kuras ar līdzīgu mērķi un motīvu tiek veiktas ar svešu mantu – tiesu praksē tās tiek kvalificētas kā krāpšana, atbilstoši Krimināllikuma 177. pantam vai 180. pantam – tādējādi šādas darbības netiek kvalificētas kā apdrošināšanas krāpšana, lai gan, vērtējot pēc jēgas un būtības, tā tomēr tāda ir. Daļēji šī problemātika ir saistīta ar to, ka nav vienotas izpratnes par jēdziena "apdrošināšanas krāpšana" saturu, tādēļ radušās un attīstījušās dažādas šī jēdziena satura interpetācijas.

Pētījuma mērķis: Šī pētījuma mērķis ir atspoguļot apdrošināšanas krāpšanas jēdziena problemātiku, kā arī tās saistību ar krāpšanas un apdrošināšanas krāpšanas norobežošanas problemātiku tiesu praksē.

Pētījuma metodes: Pētījumā pamatā izmantotas tādas kvalitatīvo datu vākšanas metodes, kā dokumentu un literatūras analīze un tādas vispārzinātniskās metodes, kā analīze, sintēze, indukcija un loģiski konstruktīvā metode. Normatīvajos aktos iekļauto tiesību normu jēgas noskaidrošanā izmantotas tiesību normu pamatinterpretācijas metodes – gramatiskā, sistemātiskā, vētsturiskā un teleoloģiskā.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā izvirzīti praktiski priekšlikumi identificēto problēmu novēršanai. Izvirzīto priekšlikumu īstenošana radītu vienotu izpratni un skaidrību, ne vien apdrošināšanas jomā nodarbinātajiem, bet arī tiesībsargājošajās institūcijās nodarbinātajiem.

Atslēgas vārdi: *apdrošināšana; krāpšana; apdrošināšanas krāpšana; krimināltiesības.*

Ievads

Apdrošināšanas krāpšana ir visai plaši izplatīta sociāla parādība ne tikai Latvijā, kur šim aspektam ir pievērsta gaužām niecīga uzmanība, bet arī Eiropā un citās pasaules valstīs. Saskaņā ar iegūtajiem statistikas datiem, kas plašāk tiks iztirzāti šī raksta ietvarā, parādās stabila tendence – katru gadu apdrošināšanas krāpšanas gadījumu skaits palielinās. Šāda notikumu attīstība liecina par šīs problēmas aktualitāti ne tikai Latvijā, bet arī pārējā pasaulē.

Analizējot Latvijas Republikas normatīvos aktus, kas attiecināma uz rakstā aplūkojamo problemātiku, apdrošināšanas krāpšanas jēdziens ir definēts Krimināllikuma 178. pantā, lai gan šī jēdziena definīcijai būtu jābūt norādītai likumā par "Apdrošināšanas līguma likumu" vai "Apdrošināšanas un pārapdrošināšanas likumā", ņemot vērā, ka apdrošināšanas pakalpojumu sniegšana ir specifisks komercdarījuma veids, kurai paredzēts atsevišķs tiesiskais regulējums Latvijas Republikas likumdošanā. Krimināllikuma normā paustā jēdziena jēga un būtība izteikta šauri (uzsvars likts uz savas mantas tīšu iznīcināšanu, sabojāšanu vai slēpšanu), neaptverot un izslēdzot citas darbības, kuras ar līdzīgu mērķi un motīvu tiek veiktas ar svešu mantu. Līdz ar to tiesu praksē izveidojušās dažādas šī jēdziena satura interpretācijas. Proti, tiesu praksē rīcība ar svešu mantu tiek kvalificēta kā krāpšana atbilstoši Krimināllikuma 177. pantam vai 180. pantam, lai gan pēc jēgas un būtības tā ir apdrošināšanas krāpšana.

Pētījuma mērķis ir atainot apdrošināšanas krāpšanas jēdziena problemātiku un tās saistību ar krāpšanas un apdrošināšanas krāpšanas jēdzienu norobežošanas problemātiku tiesu praksē, analizējot Latvijas Republikas normatīvos aktus, pieejamos tiesu prakses materiālus, zinātniski pētnieciskos un cita rakstura informācijas avotus, kas attiecinami uz šo tematu.

Pētījumā izmantotas kvalitatīvo datu vākšanas metodes, kā dokumentu un literatūras analīze un vispārzinātniskās metodes, kā analīze, sintēze, indukcija un loģiski konstruktīvā metode. Normatīvajos aktos iekļauto tiesību normu jēgas noskaidrošanā izmantotas šādas tiesību normu interpretācijas metodes – gramatiskā, sistemātiskā, vētsturiskā un teleoloģiskā.

Pētījuma rezultātā tiks izvirzīti praktiski priekšlikumi apdrošināšanas krāpšanas jēdziena satura vienotas izpratnes un skaidrības veicināšanai, tādejādi mēģinot radīt vienotu šī jēdziena izpratni gan apdrošināšanas jomā, gan arī tiesībsargājošajās institūcijās nodarbinātajiem.

Apdrošināšanas krāpšanas jēdziena problemātika

Krāpšana, tai skaitā apdrošināšanas krāpšana Eiropā un citviet pasaulē ir nozīmīga un būtiska problēma, kas rada ne tikai ekonomiskas, bet arī sociālas sekas – krāpniecisku darbību rezultātā cieš ne tikai ekonomiskais tirgus, bet arī godprātīgie apdrošinātāju klienti, kuriem palielinās izmaksas (apdrošināšanas prēmijas) iegādājoties apdrošināšanas līgumus. Tas liecina par kopējo sabiedrības izpratni par tēmām - kāda ir apdrošināšanas jēga, kādas saistības izveidojas noslēdzot apdrošināšanas līgumu un, kas katras valsts sabiedrībā un kultūrā galu galā tiek saprasts ar vārdu salikumu apdrošināšanas krāpšana.

Apdrošināšans krāpšanas līmenis katrā valstī var atšķirties, ņemot vērā šādus rādītājus:

1. tirgus lielumu;
2. pieejamos apdrošināšanas produktus;
3. valsts un apdrošināšanas sabiedrību ieguldījumu apdrošināšanas krāpšanas apkarošanas atklāšanas un pārbaudes sistēmu izveidošanā un uzturēšanā;
4. tiesisko regulējumu;
5. valdošo sabiedrības kultūras un izpratnes līmeni sabiedrībā (Insurance Europe, 2019).

Šos rādītājus aplūkojot caur Latvijas prizmu ir izdarāmi vairāki secinājumi. Proti, Latvijas ekonomiskais tirgus, salīdzinājumā ar Eiropas un citu valstu tirgiem ir salīdzinoši mazs. Ņemot vērā, ka Latvijā uz šo brīdi darbojas septiņas apdrošināšanas sabiedrības, ir skaidrs, ka savstarpējā konkurence ir ļoti augsta. Pieejamais apdrošināšanas produktu klāsts ir pietiekoši plašs un visai brīvi pieejams jebkuram, kuru interesē attiecīgais apdrošināšanas veids (transports, īpašums, personu apdrošināšana utt.). Un, ņemot vērā lielo konkurenci, tirgū pieejamie apdrošināšanas produkti ir pieejami vidējam patērētājam par saprātīgām izmaksām. Analizējot pieejamo informāciju par apdrošināšanas krāpšanu, tās izplatību Latvijā nākas izdarīt secinājumus, ka zinātniskās literatūras par šo krāpšanas veidu nav, bet ir atrodami divi promocijas darbi un atsevišķi sastādīti zinātniskie raksti, kas pastarpināti ietver šajā rakstā aplūkojamo problēmjautājumu. Akcentu vēlos likt uz Jeļenas Alfejevas promocijas darbu "Apdrošināšanas krāpšanas krimināltiesiskie un kriminoloģiskie aspekti", kas ir šobrīd vienīgais zināmais, pieejamais kompleksais pētījums par aprošināšanas krāpšanu kā parādību, kam Latvijas zinātnē nav pievērsta pietiekoši liela uzmanība. Šim darbam ir liela pievienotā vērtība, jo tajā detlizēti tiek analizēti apdrošināšanas krāpšanas kā sociālas parādības iemesli un tās izplatība Latvijā (Alfejeva, 2011). Arī citviet pasaulē apdrošināšanas krāpšanas fenomens ir visai plaši izplatīts, par ko liecina ne tikai zinātniskajā literatūrā atrodamais apstiprinājums problēmas aktualitātei (Skiba, 2017) un dažādu informācija avotu analīze, bet arī pieejamie citu valstu statistikas dati (piemēram, *Insurance Europe AISBL* apkopotie dati 2019. gadā).

Balstoties uz pieejamajiem statistikas datiem, Eiropā 2017. gadā tika atklāti apdrošināšanas krāpšanas prasījumi, kas sastādīja 2,5 miljardus *euro*. Savukārt neatklātos apdrošināšanas krāpšanas gadījumus, kurus sarežģīti pierādīt, izmaksātās apdrošināšanas atlīdzības ir lēšamas miljardos (Insurance Europe, 2019; LAA, 2021). Tam par uzskatāmu piemēru kalpo 1. tabulā atainotie statistikas dati.

1.tabula. Neatklāto apdrošināšanas krāpšanas gadījumu atlīdzību izmaksas Eiropā 2017. gadā (Avots: Insurance Europe, 2019; autora apkopojums)

Valsts	**Atlīdzību izmaksas *euro***
Beļģija	500 miljoni gadā
Vācija	10% no kopējām atlīdzību izmaksām
Čehijas Republika	47,3 miljoni gadā
Dānija	300 miljoni gadā
Francija	252 miljoni (atklātie)
Somija	5% - 10% no kopējām atlīdzību izmaksām gadā
Īrija	200 miljoni gadā
Slovēnija	90 miljoni gadā
Itālija	220 miljoni gadā
Spānija	460 miljoni gadā
Portugāle	līdz 2,1% no kopējām atlīdzību izmaksām gadā
Zviedrija	Izmeklēti 7 000 gadījumu
Lielbritānija	2,275 miljardi gadā
Latvija	10% no kopējām atlīdzību izmaksām gadā

Ņemot vērā analizētos satistikas datus ir skaidri saskatāms, ka šī problēma ir izplatīta un ietver ne tikai ekonomiskās, bet arī sociālās un juridiskās problēmas, kas rodas no apdrošināšanas krāpšanas veikšanas kā to norāda arī J. Alfejeva savā promocijas darbā (Alfejeva, 2011). Lielāko daļu no atlīdzību izmaksām apdrošināšanas krāpšanas gadījumos tiek izmaksātas transporta (Octa, Kasko), īpašuma un personu apdrošināšanas t.sk., veselības apdrošināšanas veidos.

Eiropas Komisija, sastādot ziņojumu par krāpšanu un eksistējošām kļūdām sociālās drošības koordinācijas jomā norāda, ka vairumam Eiropas Savienības dalībvalstu nav efektīvi noteiktas definīcijas jēdzienam krāpšana, tai skaitā apdrošināšanas krāpšana valstu normatīvajos aktos, uzsverot, ka jēdziena definīcijas skaidrojums un izpratne balstās uz tiesu praksi vai kombinācijā normatīvais akts/i kopā ar tiesu praksi (Jorens, Gillis, De Coninck, 2015). Līdz ar to pārādās kopēja problēma – katra dalībvalsts krāpšanas un apdrošināšanas krāpšanas jēdzienu interpretē, ņemot vērā savus nacionalos tiesību aktus un nacionālās īpatnības un nav rodama vienveidība tiesību normu piemērošanā attiecībā uz apdrošināšanas krāpšanas lietām sevišķi, attiecībā uz noslēgtajiem pārrobežu apdrošināšanas līgumiem, tādejādi traucējot veidot vienotu tirgus izveidi (Atzinums par Eiropas apdrošināšanas līgumu, 2005). Par Latvijā esošo tiesisko regulējumu attiecībā uz apdrošināšanas krāpšanas jēdzienu analīze atainota raksta turpinājumā.

Apdrošināšanas krāpšanas jēdziena definīcijas noteikšana un izpratne ir svarīga ne tikai tiesu praksē, bet arī lai spētu noteikt tās iemeslus, izplatību un radītās sociālās sekas valsts ekonomikā un sabiedrībā kopumā. Raksta autore vēlas norādīt, ka apdrošināšanas krāpšanas jēdzienam nav vienotas definīcijas, kā to uzsver arī J. Alfejeva savā promocijas darbā. Izanalizējot zinātniskajā literatūrā, zinātniskajos rakstos, Latvijas Republikas normatīvajos aktos un citos inormācijas resursos pieejamo informāciju par apdrošināšanas krāpšanas jēdziena definējumu jāpiekrīt J. Alfejevas paustajai atziņai, ka būtībā apdrošināšanas krāpšana var tikt definēta kā jebkura darbība ar mērķi krāpnieciski saņemt maksājumu no apdrošinātāja (Alfejeva, 2011). Bet šāds definējums ir ļoti vispārināts, radot plašas interpretācijas iespējas. Jau konkrētāka apdrošināšanas krāpšanas definīcija atrodama Maikla Skibas (*J.Michael Skiba*) sastādītajā grāmatā, kurā norādīts, ka apdrošināšanas krāpšana ir darbība, ko veic fiziska vai juridiska persona, individuāli vai grupās, lai iegūtu finansiālu labumu no apdrošinātāja, iesniedzot nepatiesus pierādījumus vai informāciju par apdrošināšanas gadījumā iestājušos zaudējumu (Skiba, 2017). Jāņem vērā, ka Skibas paustā definīcija ir jau ar konkrētākām iezīmēm, kas ļauj kvalificēt un nošķirt apdrošināšanas krāpšanas

jēdzienu, iezīmējot tās raksturīgās pazīmes. Svarīgi norādīt uz definīciju, ko noteikusi Eiropas apdrošinātāju asociācija (*European inurance and reinsurance federation, CAE*). Apdrošināšanas krāpšana ir darbība vai nolaidība (*omission*), kas attiecināma uz apdrošināšanas līguma noslēgšanu vai zadējumu pieteikuma iesniegšanu ar mērķi panākt krāpnieka vai citas personas netaisnīgu iedzīvošanos, vai nodarīt zaudējumus citai personai (Noel, 2010). Savukārt J. Alfejeva definē apdrošināšanas krāpšanas jēdzienu kā jebkuru apzinātas (ļaunprātīgas) personas rīcību ar mērķi nepamatoti gūt labumu no apdrošināšanas, tai skaitā panākt, lai apdrošinātājs izmaksā apdrošināšanas atlīdzību lielākā apmērā nekā tas pienākas atbisltoši noslēgtajam apdrošināšanas līgumam un notikušā negadījuma apstākļiem (Alfejeva, 2011, 21.lpp.). Kā noprotams no iepriekš norādītajiem apdrošināšans krāpšanas jēdzienu definējumiem, tajos neparādās iedalījums - sava vai sveša manta. Uzsvars tiek likts uz vairākām būtiskām niansēm, kā piemēram, nepatiesu pierādījumu vai informācijas par apdrošināšanas gadījumā iestājušos zaudējumu sniegšanu; darbība vai nolaidība attiecībā uz apdrošināšanas līguma noslēgšanu (informācijas sniegšanas brīdī pirms polises noslēgšanas) vai zadējumu pieteikuma iesniegšanu ar mērķi panākt netaisnīgu iedzīvošanos uz apdrošinātāja rēķina. Minētie piemēri neietver visu apdrošināšanas krāpšanas jēdziena saturu, ņemot vērā apdrošināšanas jomas specifiku, bet ar tiem ir pietiekoši, lai radītu priekštatu par tā jēgu un tajā ietverto būtību, kas to raksturo.

Analizējot Latvijas Republikas normatīvos aktus secināms, ka likumos, kas izdoti, lai reglamentētu apdrošinātāju darbību un apdrošināšanas līgumu tiesisko regulējumu (Apdrošināšanas līguma likums; Apdrošināšanas un pārapdrošināšanas likums spēkā esošā redakcijā) neietver apdrošināšanas krāpšanas jēdzienu. Šāds jēdziens ir atrodams Krimināllikuma 178. pantā, kurā noteikts, ka ar apdrošināšanas krāpšanu ir jāsaprot savas mantas tīša iznīcināšana, bojāšana vai slēpšana nolūkā saņemt apdrošināšanas atlīdzību (Krimināllikums spēkā esošā redakcijā). Jāņem vērā, ka šis jēdziena definējums ir šaurs un izslēdz apdrošinājuma ņēmēja, apdrošinātā apzināti nepatiesas informācijas sniegšanu, nolūkā netaisnīgi iedzīvoties uz apdrošinātāja rēķina, rīkojoties ar svešu mantu. Apdrošināšas krāpšana neaprobežojas tikai ar savas mantas tīšu (ļaunprātīgu) rīcību un praksē, vērtējot no apdrošināšanas krāpšanas jēdziena satura būtības, tam nav būtiskas nozīmes, kuram pieder manta. Svarīgi ir saprast un konstatēt apdrošināšanas krāpšanas mēģinājumu un to pierādīt, nedalot kategorijās ļaunprātīga rīcība ar savu vai svešu mantu. Kritēriji, pēc kādiem to ir iespējams noteikt konkrēti nav definēti un tiesu praksē izkristializējas atziņa, ka apsūdzībā un spriedumā precīzi jānorāda krāpšanas, apdrošināšanas izdarīšanas veids un jānorādā kā objektīvi tā izpaužas, tai skaitā kāda ir bijusi personas psihiskā attieksme pret veikto darbību (tiešs nodoms), raksturojot arī krāpšanas subjektīvo pusi (Tiesu prakse lietās par krāpšanu, 2008/2009).

Vēl kāda nianse, kas rada apjukumu, veicot apdrošināšanas krāpšanas kvalifikāciju – svarīgi ir izprast un saprasts atšķirību starp krāpšanas un apdrošināšanas krāpšanas pabegšanas brīdi. Saskaņā ar Augstākās Tiesas tiesnešu paustajām atziņām, krāpšana atzīstama par pabeigtu noziedzīga nodarījumu ar brīdi, kad persona prettiesiski ieguvusi svešu mantu vai tiesības uz to. Un būtiski, ka nodarījuma kvalifikāciju neietekmē fakts par personas rīcību ar attiecīgo mantu vai tiesībām uz to kā ar savu. Pretēji ir ar apdrošināšans krāpšanas noziedzīga nodarījuma pabeigtības brīdi. Tā atzīstama par pabeigtu noziedzīgu nodarījumu ar brīdi, kad persona ir iesniegusi apdrošinātājam apzināti nepatiesu pieteikumu, lai saņemtu apdrošināšanas atlīdzību. Jāuzsver, ka apdrošināšanas atlīdzības izmaksas faktam nav nozīmes, svarīga ir sākotnējā darbība – iesniegts apzināti nepatiess pieteikums, lai saņemtu atlīdzību no apdrošinātāja par pieteikto zaudējumu. Bet, ja persona ar nolūku izkrāpt naudu no apdrošināšanas sabiedrības izdara darbību, kas kvalificējama saskaņā ar Krimināllikuma 177. pantu vai 180. pantu, nodarījums ir pabeigts ar brīdi, kad persona savā rīcībā ieguvusi noteiktu naudas summu. Vēlos norādīt, ka šāds noziedzīgs nodarījums tiks kvalificēts kā krāpšana, lai gan faktiski ir skaidrs, ka tā ir apdrošināšanas krāpšana tiešā nozīmē – veikta ļaunprātīga darbība ar tiešu nodomu, lai iegūtu finansiālu labumu no apdrošinātāja prettiesiski rīkojoties ar savu vai svešu mantu. Par apstiprinājumu krāpšanas un apdrošināšanas krāpšanas lietu kvalifikācijas problemātikai, t.sk. tiesību normu pareizā piemērošanā, liecības rodamas tiesu praksē vairākos tiesas spriedumos.

Augstākās tiesas Senāta Krimināllietu departamenta un Krimināllietu tiesu palātas tiesniešu kopsapulces lēmumā uz tiesu lietām par krāpšanu, apdrošināšanas krāpšanu, kas pieņemts 2009. gadā, tika izteiktas vairākas atziņas, lai ieviestu vienveidību tiesību normu piemērošanā, tai skaitā veicot pareizu noziedzīga nodarījuma kvalifikāciju. Ņemot vērā, ka raksts ir par apdrošināšanas krāpšanu, raksta autore uzsvērs atziņu, kas attiecināma uz to. Jau iepriekš rakstā norādīts, ka saskaņā ar Krimināllikuma 178. pantu pie kriminālatbildības par apdrošināšanas krāpšanu sauc personu, kura tīši iznīcinājusi, sabojājusi vai slēpusi savu mantu nolūkā saņemt apdrošināšanas atlīdzību apdrošināšanas līgumā norādītajā apdrošinājuma summas apmērā, atskaitot pašriska daļu, ja tāds ticis norādīts, noslēdzot attiecīgo apdrošināšanas līgumu (polisi). Kriminālatbildības galvenais nosacījums – mantai jāpieder personai, kura to iznīcina, bojā vai slēpj. Kā arī ir jāuzsver, ka apdrošināšanas krāpšanas subjektam ir īpašs statuss – tā ir persona, kura mantu ir apdrošinājusi (Krastiņš, Liholaja, Hamkova, 2016, 50.lpp.). Ja tādas pat darbības ir izdarītas ar svešu mantu, tai skaitā mantu, kas atrodas vainīgās personas valdījumā, bet pieder trešajai personai (līzinga kompānijai, bankai, citai fiziskai vai juridiskai personai), izdarītais kvalificējams kā krāpšana saskaņā ar Krimināllikuma 177. pantu vai 180. pantu. Būtiski norādīt, ka mantas iznīcināšana, bojāšana vai slēpšana iepriekš norādīto Krimināllikuma pantu tvērumā ir atzīstama par sagatavošanos krāpšanai, savukārt pieprasījums izmaksāt apdrošināšanas atlīdzību, iesniedzot pieteikumu ar nepatiesu informāciju par notikušo apdrošināšanas gadījumu tiek raksturots kā krāpšanas mēģinājums, bet noziedzīgs nodarījums ir pabeigts ar brīdi, kad vainīgā persona ar viltu saņēmusi visu vai daļu no apdrošināšanas atlīdzības (Bičkovičs, 2009).

Ņemot vērā apdrošināšanas krāpšanas jēdziena saturu un būtību iepriekš norādītais to raksturo, bet tas tiek nodēvēts par krāpšanu nevis apdrošināšanas krāpšanu, lai gan faktā tā tāda ir. Juridiski ir saprotams, kāpēc tas tā noteikts – noziedzīgs nodarījums saskaņā ar 178. pantu ir formulēts kā nošķelts nodarījuma sastāvs, kas nozīmē, ka iestājušās kaitīgās sekas (apdrošinājuma summas saņemšana) neietilpst nodarījuma sastāva pazīmju skaitā. Līdz ar to pabeigta apdrošināšanas krāpšana ir nepatiesa pieteikuma iesniegšanas brīdis apdrošinātājam (Krastiņš, 2005; Krastiņš, Liholaja, Hamkova, 2016, 51.lpp.). Tāpēc jāuzsver, ka 177. pantā krāpšana ir formulēta kā materiāls sastāvs, kas par pabeigtu uzskatāms ar mantas iegūšanas brīdi un ir bargāk sodāma darbība, jo sankcijas, kas paredzētas Krimināllikuma 178. pantā ir vieglākas kā 177. pantā paredzētās (Krastiņš, 2005). Analizējot Krimināllikuma normas ir skaidrs, ka izveidotā konstrukcija, lai piemērotu atbildību par apdrošināšanas krāpšanu, ļaunprātīgi rīkojoties ar svešu mantu, ir sarežģīta un tāpēc izbrīnu neizraisa tiesu prakses nevienveidība šādu tiesas lietu izskatīšanā. Šķiet, ka loģiskāk būtu papildināt Krimināllikuma 178. panta tvērumu tajā iekļaujot arī darbību ar svešu mantu, tādejādi palielinot noziedzīgā nodarījuma objektīvo izpausmi, neaprobežojoties tikai ar ļaunprātīgu rīcību ar sev piederošu mantu, kas ir ļoti šaurs skatījums, vērtējot no apdrošināšanas krāpšanas jēdziena tvēruma.

Ņemot vērā esošo tiesu praksi soda apmēru piemērošanā krimināllietās par krāpšanu, apdrošināšanas krāpšanu, ir iespējams nodrošināt objektīvu sankciju piemērošanu (izsverot 177. pantā un 178. pantā norādītās sankcijas atkarībā no kaitīgo seku apmēra), lai izvairītos no tā, ka smagāka nodarījuma darbības tiktu aptvertas ar atbildību par vieglāku nodarījumu (Krastiņš, 2005). Uzskatu, ka šāds risinājums nodrošinātu ne tikai plašāku izpratni par to, kas ir apdrošināšanas krāpšana tiesībsargājošajās insitūcijās nodarbinātajiem, apdrošināšanas jomā nodarbinātajiem, bet arī radītu objektīvu priekšstatu sabiedrībā, uzsverot, ka apdrošināšanas krāpšana, ko vairums sabiedrības locekļu neuzskata par sodāmu rīcību (nepatiesas informācijas sniegšana apdrošinātājiem polises iegādes brīdī vai iesniedzot nepatiesu inforāciju pieteikumā par apdrošināšanas gadījumu, lai saņemtu apdrošināšanas atlīdzību), ir ļaunprātīga rīcība, par ko pienākas kriminālatbildība.

Kā norādīts apkopojumā par Tiesu praksi lietās par krāpšanu, no analizētajām sešām lietām, viena persona saukta pie kriminālatbildības saskaņā ar Krimināllikuma 178. pantu, savukārt piecas personas sauktas pie atbildības par krāpšanu saskaņā ar Krimināllikuma 177. pantu (Tiesu prakse lietās par krāpšanu, 2008/2009). Jāpiebilst ka visas personas tika apsūdzētas par likuma

pārkāpšanu apdrošināšanas jomā ar mērķi iegūt apdrošināšanas atlīdzību, kas ir uzskatāma par apdrošināšanas krāpšanu. Piemēram, Rīgas apgabaltiesas izskatītajā lietā Nr. 11350237205 lai gan apsūdzētais vēlējās izkrāpt naudu no apdrošināšanas sabiedrības, iesniedzot nepatiesu informāciju par apdrošināšanas gadījuma iestāšanās faktu, nodarījumu nevarēja kvalificēt saskaņā ar 178. pantu, jo auto īpašnieks bija juridiska persona (Tiesu prakse lietās par krāpšanu, 2008/2009). Līdzīga situācija ir raksturota lietā Nr. 11350237205. Arī citos analizētajos tiesu spriedumos (lieta Nr. 11094107911 SKK-174/2016, lieta Nr. 11810021207) krāpnieciski nodarījumi apdrošināšanas jomā tiek kvalificēti saskaņā ar Krimināllikuma 177. pantu, nevis 178. pantu kā tam būtu jābūt, ņemot vērā apdrošināšanas krāpšanas jēdziena saturu. Interesants ir gadījums, kas raksturots lietā Nr. 11810021207. Proti, persona tika apsūdzēta saskaņā ar krimināllikuma 178. pantu un 179. pantu, bet spriežot pēc lietas materiāliem lieta tika kvalificēta nepareizi, jo vērtējot no mantas piederības – nebija noziedzīgā nodarījuma objektīvās puses, jo tā piederēja līzinga kompānijai (Tiesu prakse lietās par krāpšanu, 2008/2009).

Interesanta ir kasācijas sūdzība Augstākās Tiesas izskatītajā lietā Nr. 11094107911 SKK-174/2016. Kasācijas sūdzības iesniedzēji norādīja, ka lieta būtu jāierosina saskaņā ar Krimināllikuma 178. pantu, nevis 177. pantu, nosakot mantas piederību. Bet šajā lietā tiek uzsvērts, ka nodarījumu ar mantu nevar klasificēt saskaņā ar 178. pantu, jo lietas materiālos netika konstatētas apsūdzēto faktiskās darbības, kas atbilstu noziedzīga nodarījuma objektīvās puses pazīmēm (savas mantas tīša iznīcināšana, bojāšana vai slēpšana) (Lēmums lietā Nr. 11094107911 SKK-174/2016). Līdz ar to secināms, ka jaunākajos tiesas lēmumos uzmanība tiek pievērsta ne tikai mantas īpašnieka faktam, bet arī veiktajai darbībai, lai pareizi kvalificētu apdrošināšanas krāpšanas noziedzīga nodarījuma sastāvu. Būtiski ir analizēt arī tiesas spriedumus lietās par apdrošināšanas krāpšanas gadījumu pierādīšanu, kas ir visai sarežģīts process. Piemēram lietā Nr. C31403310 apdrošināšanas sabiedrība atteicās izmaksāt apdrošināšanas atlīdzību par auto zādzību, jo apdrošinātais sniedz nepatiesu informāciju (informējot apdrošinātāju par auto zādzības faktu tika norādīts, ka auto stāvlaukumā nogādāja viena persona, bet patiesībā to izdarīja cita). Tiesa atzina, ka fakts, kura persona pirms auto zādzības to novietoja stāvlaukumā, nemaina faktiskos apstākļus pēc būtības – nepadara zādzības faktu par nebijušu un neatceļ apdrošināšanas gadījuma iestāšanos, ja likumā noteiktajā kārtībā nav pierādīta apdrošinātā, apdrošinājuma ņēmēja prettiesiska vainojama rīcība saistībā ar pašu zādzības faktu.

Nepatiesi sniegta informācija bija nozīmīga negadījuma apstākļu izmeklēšanā, kā rezultātā tika maldināts apdrošinātājs, policijas darbinieki, noveršot izmeklētāju darbības citā virzienā (Spriedums Civillietā 2013. gada 28. oktobrī lietā Nr. C31403310). No šī sprieduma vēlos norādīt, ka apdrošinājuma ņēmēja, apdrošinātā sniegtajai informācijai par apdrošināšanas gadījumu ir būtiska loma, lai apdrošinātājs būtu spējīgs konstatēt vai ir noticis apdrošināšanas krāpšanas mēģinājums, ja izanalizējot saņemto informāciju rodas pamatotas aizdomas par ļaunprātīgu apdrošinājuma ņēmēja, apdrošinātā veiktajām darbībām. Šajā gadījumā būtu jārunā par apdrošinātāja un klienta labticību augstākajā pakāpē jeb *uberrimae fidei* pirncipu, jo kā norāda J. Alfejeva rakstā "Atbildība par nepatiesas informācijas sniegšanu apdrošinātājam apdrošināšanas līguma ietvaros" likumdevējs sekas, kas rodas sniedzot nepatiesu informāciju saista ar klienta vainas pakāpi (viegla neuzmanība, ļauns nolūks, rupja neuzmanība), kā reuzultātā tiesa neatzīst pārkāpumu, jo konstatē, ka nepatiesa informācija ir sniegta par kādu nebūtisku apstākli un neietekmē pieteiktā gadījuma apstākļu noskaidrošanu, pat nevērtējot klienta vainas pakāpi informācijas sniegšanā vai arī informācijas nebūtiskums liecina par to, ka ļauns nolūks vai rupja neuzmanība nav konstatējami (Alfejeva, 2019, 71.lpp.). Ņemot vērā J. Alfejevas pausto viedokli un atsaucoties uz iepriekš aprakstīto tiesas spriedumu apdrošinātājs tiek nostādīts ļoti neizdevīgā situācijā. Likumā paredzēts, ka par nepatiesi sniegtu informāciju, iesniedzot pieteikumu par apdrošināšanas gadījumu, ar mērķi iegūt apdrošināšanas atlīdzību ir paredzēta kriminālatbildība saskaņā ar Krimināllikuma 178. pantu vai 177. pantu, 180. pantu.. Bet, ja apdrošinātājam nav iespējams pierādīt ļaunu nolūku vai rupju neuzmanību, tiesa lems par labu apdrošinājuma ņēmējam, apdrošinātajam, ierobežojot apdrošinātāja tiesisko aizsardzību saistībā ar apdrošināšanas krāpšanas fakta konstatāciju. Arī D. Rone uzsver šī principa nozīmību

apdrošināšanas tiesībās par to norādot referātā "Aprošināšanas tiesību principu ietekme uz apdrošināšanas atlīdzību izmaksu". Piekrītu D. Rones paustajam viedoklim, ka apdrošināšanas tiesību principu, tai skaitā informācijas pilnīgas izpaušanas jeb vispārākās labās ticības principa iekļaušana apdrošināšanas tiesību normu regulējumā, konkrēti "Apdrošināšanas līguma likumā". Tas nodrošinātu iespēju izvairīties no apdrošināšanas krāpšanas, tādejādi pasargājot apdrošinātāju no apdrošinājuma ņēmēja, apdrošinātā negodprātīgas rīcības, lai saņemtu apdrošināšanas atlīdzību par pieteikto apdrošināšanas gadījumu, ko jau iepriekš paredzēja, bet šādu informāciju noklusēja, noslēdzot apdrošināšanas līgumu (Rone, 2012). Tas savā ziņā veicinātu apdrošināšanas jēdziena plašāku izpratni un radītu iespēju veidot vienveidīgu tiesu praksi, kas attiecināja uz apdrošināšans krāpšanas tiesu lietām.

Atsevišķi analizēti divu tiesu lēmumi par apdrošinājuma ņēmēja, apdrošinātā rīcību ar savu mantu, saskatot apdrošināšanas krāpšanas iespējamību no apdrošinātāja puses. Lietā Nr. SKC-17/2014 tiek izskatīts atteikums izmaksāt apdrošināšanas atlīdzību par nodegušu īpašumu, uzskatot, ka iesniegts pietiekums ar nepatiesām ziņām par bojā gājušās mantas apdrošinājuma summu. Spriedumā izteikta tēze, ka apdrošinātāja aizdomas vai šaubas nedod tam tiesības atkāpties no tiesīgi noslēgta līguma izpildes, lai gan tiesu lietas materiālā aprakstītā situācija nav vērtējama viennozīmīgi (Spriedums lietā Nr. SKC-17/2014). Savukārt lietā Nr. C30683713 SKC-243/2017 ir manāms izpratnes trūkums par apdrošināšanas produktu specifiku, tajā iekļautajām būtiskajām sastāvdaļām – auto drošības sistēmām, sevišķi, kas attiecināmas uz GPS pozicionēšanas sistēmas darbības nodrošināšanu, ir svarīgs pakalpojumu sniedzējs, kas ir specializēts tādu sniegt, nodrošinot pilnu apkalpošanas servisu. Šajā gadījumā tiesai bija jāpievērš lielāka uzmanība tam, vai cits pakalpojuma sniedzējs varēja nodrošināt uzstādītās drošības sistēmas pilnvērtīgu fukcionēšanu, lai auto netiktu nozagts (Spriedums lietā Nr. C30683713 SKC-243/2017). Analizējot tiesas spriedumus nonāku pie secinājuma, ka tiesībsargājošo institūciju darbiniekiem trūkst zināšanu un izpratnes par apdrošināšanas produktiem, to specifiku, kas tiek pārdoti noslēdzot apdrošināšanas līgumus.

Ne velti apdrošinātāji izvairās runāt par apdrošināšanas krāpšanas gadījumiem, jo tas ir sensitīvs jautājums, kas netiek publiskots. Apdrošināšanas krāpšanas mēģinājumus ir sarežģīti pierādīt, ņemot vērā iepriekš minēto – ir grūti pierādīt apdrošinājuma ņēmēja, apdrošinātā darbības motīvus, uzsvaru liekot uz ļauna nolūka vai rupjas neuzmanības pierādīšanu. Kā arī jāņem vērā fakts, ka atlīdzību lietas, kas apdrošinātājiem šķiet aizdomīgas un attiecīgās pazīmes norāda uz iespējamu apdrošināšanas krāpšanu, bieži pat nenonāk līdz tiesai, jo tiek noslēgts izlīgums vai arī apdrošinājuma ņēmējs, apdrošinātais pats atsakās no pieteiktās atlīdzības, saprotot, ka par apdrošināšanas krāpšanu ir paredzēta kriminālatbildība (e-pastu sarakstes ar apdrošinātāju pārstāvjiem, 2021). Kā arī, izmeklēšanā ieguldītais laiks, līdzekļi un pūliņi apdrošinātājam rada salīdzinoši augstas izmaksas un cilvēkresursu patēriņu. Līdz ar to bieži izdevīgāk būs izmaksāt atlīdzību vai vienoties par izlīgumu. Šajos gadījumos būtu jārunā par apdrošinājuma ņēmēja, apdrošinātā godprātību. Tāpēc piekrītu J. Alfejevas paustajam viedoklim, ka klienta informācijas izpaušanas princips, kas paredzēts likumā "Par apdrošināšanas līgumu" 7. pantā ir korekti jāinterpretē atbilstoši mērķiem, lai nodrošinātu ne tikai apdrošinājuma ņēmēja, apdrošinātā, bet arī apdrošinātāja tiesisko aizsardzību ar mērķi nodrošināt atbilstošu klienta uzvedības vērtēšanu un tiesību normu piemērošanu tiesu lietās par apdrošināšanas krāpšanu (Alfejeva, 2019, 70-71.lpp.).

Pētījuma metodoloģija

Veicot pētījumu par apdrošināšanas krāpšanas jēdzienu tika izmantotas kvalitatīvo datu vākšanas metodes, kā dokumentu, zinātnisko rakstu un literatūras analīze un vispārzinātniskās metodes, kā analīze, sintēze, indukcija un loģiski konstruktīvā metode. Normatīvajos aktos iekļauto tiesību normu jēgas noskaidrošanā izmantotas tiesību normu pamatinterpretācijas metodes – gramatiskā, sistemātiskā, vētsturiskā un teleoloģiskā. Lai atainotu apdrošinātāju viedokli saistībā ar apdrošināšanas krāpšanas pārādību tika veikta apdrošināšanas sabiedrību aptauja izmantojot e-

pasta starpniecību, uzdodot varākus jautājumus, kas attiecīnāmi uz rakstā iztirzāto problēmjautājumu. Lai atainotu apdrošināšanas jēdziena problemātikas nopietnību ne tikai Latvijas, bet arī Eiropas mērogā raksta autore izveidoja grafisko analīzi, kurā atainoti statistikas dati par apdrošināšanas krāpšanas rezultātā gūtajiem finansiālajiem zaudējumiem kopējā ekonomikas tirgū.

Pētījuma rezultāti

Pētījuma rezultātā raksta autore nonāca pie vairākām atziņām. Saskaņā ar atainotajiem statistikas datiem apdrošināšans krāpšana kā specifisks krāpšanas veids ir izplatīts ne tikai Latvijā, bet Eiropā un citviet pasaulē. Lai gan vairākās Eiropas valstīs ir izveidas īpašas struktūras, kuru mērķis un uzdevums ir identificēt un atklāt apdrošināšanas krāpšanas gadījumus (piemēram, aģentūra Francijā, kas nodarbojas ar apdrošināšnas krāpšanas lietu izmeklēšanu (*l'Agence de lutte contre la fraude à l'assurance or ALFA*), Latvijā nav izveidotas šādas struktūras. Apdrošināšanas sabiedrības savā iekšējā struktūrā vai nu ir izveidojušas drošības dienestu, kas atbild par apdrošināšanas krāpšanas mēģinājumu pamanīšanu un pētīšanu, vai arī apmācījušas atsevišķus darbiniekus, kuri nodarbojas ar šo jautājumu izskatīšanu un pierādīšanu. Brīdinājumu sistēma tiek iestrādāt apdrošinātāju izmantoto apdrošināšanas programmu sistēmā.

Būtiski norādīt, ka Eiropas un arī pasaules mērogā nav izveidota definīcija, kas būtu jāsaprot ar apdrošināšanas krāpšanas jēdzienu. Šādas kopējas definīcijas neesamība noved pie nevienveidīgas tiesu prakses izveidošanās, radot izaicinājumus tiesību normu piemērošanā, sevišķi noslēgtajos pārrobežu apdrošināšanas līgumu gadījumos. Katra valsts apdrošināšanas krāpšanas jēdzienu izpratīs un tiesību normas piemēros vadoties no nacionālajām iezīmēm, sabiedrībā esošā kultūras un zināšanu līmeņa par apdrošināšanu. Diemžēl nākas secināt, ka nepatiesas informācijas sniegšana apdrošinātājam, piesakot apdrošināšanas gadījumu vai arī apzināti nepatiesas informācijas sniegšana apdrošināšanas līguma slēgšanas brīdī, Latvijas sabiedrībā netiek uzskatīts par likuma pārkāpumu. Līdzīgas domas valda arī citu Eiropas valstu sabiedrības grupās.

Analizējot Latvijas Republikas normatīvos aktus, kas attiecināmi uz apdrošināšanas krāpšanas jēdziena nonāku pie secinajuma, ka likumos, kas īpaši izstrādāti, lai regulētu apdrošinātāju, pārapdrošinātāju, apdrošināšanas strapnieku darbību un apdrošināšanas līguma tiesisko regulējumu (ņemot vērā apdrošināšanas jomas specifiku) šāds jēdziens nav atrodams. Jāpiebilst, ka arī apdrošināšanas sabiedrību izstrādātajos apdrošināšanas līguma vispārējos noteikumos nav atrodamas atsauces uz to, kas tiek saprasts ar apdrošināšanas krāpšanu no pašu apdrošinātāju skatupunkta. Šāds jēdziens ir atrodams Kriminālllikuma 178. pantā, kurā apdrošināšanas krāpšanas jēdziens ir izteikts šauri, to raksturojot kā personas tiešu nodomu izdarīt apzinātas darbības ar īpašu nolūku iznīcinot, sabojājot vai slēpjot savu mantu, lai saņemtu apdrošinašanas atlīdzību. Bet apdrošināšanas krāpšanas jēdziens pēc tā satura un būtības ir daudz plašāks, iekļaujot arī ļaunprātīgas darības ar svešu mantu vai tiesības uz tām. Rīcība ar svešu mantu tiesu praksē tiks kvalificēta kā krāpšana, lai gan pēc būtības tā ir apdrošināšanas krāpšana tiešā nozīmē. Par to apstiprinājumi gūstami analizētajos tiesu spriedumos, kur vairākos no tiem, lai gan persona ir izdarījusi apdrošināšanas krāpšanu (ņemot vērā nodarījuma raksturojumu) tā tiek apsūdzēta un sodīta par krāpšanu atbilstoši Kriminālllikuma 177. pantam vai 180. pantam.

Jāpiebilst, ka apdrošināšanas krāpšana rīkojoties ar svešu mantu Kriminālikuma normās, kas tiek piemērotas par krāpšanu, ir iekļauta ar sarežģītu šāda veida krāpniecības konstatācijas konstrukciju. Tāpēc pieņemu, ka šis ir viens no iemesliem, kāpēc tiesu praksē ir vērojama neviendabīga tiesību normu interpetēšana un piemērošana attiecībā uz apdrošināšanas krāpšanas lietām. Ņemot vērā rakstā analizētās apdrošināšanas krāpšanas jēdziena definīcijas un tajā ietverto problemātiku, raksta autore apdrošināšanas krāpšanu definē kā fiziskas vai juridiskas personas apzinātu darbību ar tiešu nodomu (ļaunprātību) individuāli vai grupā, sniedzot nepatiesu informāciju par apdrošināšanas līgumā norādīto informāciju tā slēgšanas brīdī (maldinot

apdrošinātāju) vai iznīcinot, bojājot vai slēpjot apdrošināšanas līgumā apdrošināto mantu, nolūkā saņemt apdrošināšanas atlīdzību. Ņemot vērā sniegtajā definīcijā iekļauto informāciju, būtiska nozīmē apdrošināšanas krāpšanas jēdziena izpratnei ir arī apdrošināšanas tiesību principiem, kas tiesu praksē praktiski netiek izmantoti. Jāpiebilst, ka Apdrošināšanas līguma likumā ir iekļauts tikai viens – kompensācijas princips, kas raksturots 1. panta 1. daļas 18. punktā. Citi apdrošināšanas tiesību principi nav iekļauti. Līdz ar to neveidojas tiesu prakse, kurā papildus jau esošajam reglējumam lietās par apdrošinašānas krāpšanu tiktu izmantoti tiesību principi, kas radītu arī plašāku izpratni par apdrošināšanas tiesībām kopumā.

Secinājumi

Pamatojoties uz iegūtajiem pētījuma rezultātiem rekomendētu veikt šādas praktiskas darbības, lai paplašinātu apdrošināšanas krāpšanas jēdziena satura un jēgas izpratni ne tikai starp tiesībsargājošajās institūcijās nodarbinātajiem, bet arī starp apdrošināšanas jomā nodarbinātajiem:

1. Veikt grozījumus Apdrošināšanas līguma likumā to papildinot ar apdrošināšanas tiesību principiem, sevišķi uzsvaru, šī raksta ietvarā, liekot uz informācijas pilnīgas izpaušanas jeb vispārākās labās ticības principa iekļaušanu, kas nodrošinātu apdrošinātāja aizsardzību pret klientiem, kuri apzināti snieguši nepatiesu informāciju apdrošināšanas līguma noslēgšanas brīdī ar mērķi iegūt fiansiālu labumu no apdrošināšanas atlīdzības.
2. Grozīt Krimināllikuma 178. pantu ar mērķi paplašināt apdrošināšanas krāpšanas jēdziena tvērumu, iekļaujot tajā arī personas ļaunprātīgu rīcību ar svešu mantu. Šādi būtu iespējams nodrošināt vienveidīgu izpratni par to, kas ir jāsaprot ar jēdzienu apdrošināšanas krāpšana un kādas likuma normas ir attiecināmas uz šādām tiesu lietām.
3. Saistībā ar iepriekš minēto ir nepieciešams izteikt skaidru definējumu jēdzienam apdrošināšanas krāpšana, lai radītu vienveidīgu sapratni par to, kas ar šo jēdzienu ir jāsaprot. Ar korektu apdrošināšananas krāpšanas jēdziena definējumu būtu iespējams veidot vienveidīgu jēdziena satura un jēgas izpratni ne tikai starp tiesībsargājošo institūciju darbiniekiem un apdrošināšanas jomā nodarbinātajiem, bet arī sabiedrībā kopumā. Ar pareizas izpratnes veidošanos mainīsies arī tiesu prakse tiesību normu piemērošānā, izskatot lietas par apdrošināšanas krāpšanu. Apdrošināšanas krāpšanas jēdziena definīcija iekļaujama likumā par Apdrošināšanas līguma likumu.
4. Veicināt sabiedrības izglītības un kultūras līmeņa attīstību attiecībā uz apdrošināšanas jēgas un nozīmes izpratni, tai skaitā uzsverot, ka apdrošināšanas krāpšana ir ļaunprātība, par ko pienākas kriminālatbildība. Šo varētu nodrošināt ar informatīvu bukletu, izglītojošu pārraižu, dažādu semināru rīkošanu interneta vietnēs un citās platformās, kurās atainotu apdrošināšanas nozīmī cilvēku dzīvē.
5. Nepieciešams nodrošināt apdrošināšanas tiesību institūta attīstību un izpēti, tai skaitā ieviest apdrošināšanas principu piemērošanu un praktisku izmantošanu tiesu lietās. Latvijas tiesību zinātnē ir sastādīti salīdzinoši maz zinātniska rakstura darbi (grāmatas, monogrāfijas, zinātniskās publikācijas), kuros tiktu analizēti apdrošināšanas tiesību problēmjautājumi un ieteikti risinājumi to novēršanai. Ņemot vērā apdrošināšanas aizvien pieaugošo lomu un nozīmi cilvēku dzīvē, ir nepieciešams nodrošināt pareizu izpratni sabiedrībā par apdrošināšanas jēgu.

Pētījumam ir gan teorētiska, gan praktiska nozīme, jo analizētie problēmjautājumi būs aktuāli tik ilgi, kamēr netiks veikta sabiedrības izglītošana un papildināti esošie normatīvie akti, lai nodrošinātu vienveidīgas izpratnes veidošanos par apdrošināšanas krāpšanas kaitīgo ietekmi.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Alfejeva, J. (2011). Apdrošināšanas krāpšanas krimināltiesiskie un kriminoloģiskie aspekti. Promocijas darba kopsavilkums (autorreferāts). Rīgas Stradiņa Universitāte. [skatīts: 09.04.2021]. Pieejams: https://www.rsu.lv/sites/default/files/dissertations/1_kopsavilkums_LAT.pdf
2. Alfejeva, J. (2019). Atbildība par nepatiesas informācijas sniegšanu apdrošinātājam apdrošināšanas līguma ietvaros. Socrates: RSU elektroniskais juridisko zinātnisko rakstu žurnāls, 1 (13), 63-75 lpp.
3. Apdrošināšanas un pārapdrošināšanas likums (spēkā esošā redakcija). Latvijas Vēstnesis, 124, 30.06.2015. [skatīts: 09.04.2021]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/274969-apdrosinasanas-un-parapdrosinasanas-likums
4. Apdrošināšanas līguma likums (spēkā esošā redakcijā). Latvijas Vēstnesis, 97, 18.05.2018. [skatīts: 09.04.2021]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/299053-apdrosinasanas-liguma-likums
5. Atzinums par Eiropas apdrošināšanas līgumu (spēkā esošā redakcija). Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis, 2005/C 157/01, 28.06.2005. [skatīts: 11.04.2021]. Pieejams: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?uri=CELEX:52004IE1626
6. Bičkovičs, I. (2009). Augstākās tiesas Senāta Krimunāllietu departamenta un Krimināllietu tiesu palātas tiesnešu kopsapulces lēmums 2009. gada 22. maijā. Jurista Vārds, Nr. 22 (565).
7. E-pastu sarakstes ar apdrošināšanas sabiedrību pārstāvjiem: AAS Balta; Ergo Insurance Se, Latvijas filiāle; ADB "Gjensidige" Latvijas filiāle (2021).
8. Insurance Europe AISBL, Brussels (2019). Insurance fraud: not a victimless crime. [skatīts: 10.04.2021]. Pieejams: https://www.laa.lv/wp-content/uploads/2020/01/Insurance-fraud-not-a-victimless-crime.pdf
9. Jorens, Y., Gillis, D., De Coninck, J. (2015). Fraud and error in the field of social security coordination. European Commision, P 63. [skatīts: 11.04.2021]. Pieejams: file:///C:/Users/Iluta/Downloads/FE%20report%202015.pdf
10. Krastiņš, U. (2005). Mantisko nodarījumu teorētiski praktiski kvalifikācijas jautājumi. Jurista Vārds, Nr. 45 (400).
11. Krastiņš, U., Liholaja, V., Hamkova, D. (2016). Krimināllikuma komentāri. Trešā daļa (XVIII-XXV nodaļa). Rīga: Tiesu namu aģentūra, 42-57 lpp.
12. Krimināllikums (spēkā esošā redakcija). Latvijas Vēstnesis, 199/200, 08.07.1998. [skatīs: 09.04.2021]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/88966-kriminallikums
13. Latvijas Apdrošinātāju Asociācija (2021). Apdrošinātāji: Autovadītāj, nekļūsti par krāpnieku upuri! Elektroniskais resurss [skatīts: 10.04.2021]. Pieejams: https://www.laa.lv/apdrosinataji-autovaditaj-neklusti-par-krapnieku-upuri/
14. Latvijas Republikas Augstākā tiesa (2008/2009). Tiesu prakse lietās par krāpšanu. Elektronisks resurss [skatīts: 09.04.2021]. Pieejams: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vtlG8rAij60J:www.at.gov.lv/files/uploads/files/docs/summaries/2009/tp_krapsana.doc+&cd=1&hl=lv&ct=clnk&gl=lv
15. Latvijas Republikas Augstākās tiesas Civillietu departamenta 2017. gada 4. jūlija spriedums lietā Nr. C30683713 SKC – 243/2017. Elektronisks resurss [skatīts: 09.04.2021]. Pieejams: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4Kj0xDqZRzwJ:at.gov.lv/downloadlawfile/5197+&cd=1&hl=lv&ct=clnk&gl=lv
16. Latvijas Republikas Augstākās tiesas Civillietu departamenta 2014. gada 14, februāra spriedums lietā Nr. SLC – 17/2014. Elektronisks resurss [skatīts: 10.0.2021]. Pieejams: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TSWC9M5rZ9kJ:at.gov.lv/downloadlawfile/2952+&cd=1&hl=lv&ct=clnk&gl=lv
17. Latvijas Republikas Augstākās tiesas Senāta Krimināllietu departamenta 2011. gada 29. septembra lēmums Lietā Nr. SSK – 504/2011 (Krimināllieta Nr. 11819001603). Elektronisks resurss [skatīts: 09.04.2021].

Pieejams:http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OHQ_Wtl_UH0J:www.at.gov.lv/downloadlawfile/3932+&cd=1&hl=lv&ct=clnk&gl=lv

18. Noel, S. (2010). Insurance fraud: Problem definition and overview of approaches across Europe. XIII International Conference about insurance crime. CEA, Insurers of Europe. Elektroniskais resurss [skatīts: 11.04.2021]. Pieejams: https://piu.org.pl/public/upload/ibrowser/04_Insurance_fraud_S_Noel.pdf

19. Rīgas apgabaltiesas spriedums 2013. gada 28. oktobrī Lietā Nr. C31403310. Elektronisks resurss [skatīts: 09.04.2021]. Pieejams: file:///C:/Users/Iluta/Downloads/Anonimizets_nolemums_137189%20(2).pdf

20. Rone, D. (2012). Apdrošināšanas tiesību principu ietekme uz apdrošināšanas atlīdzības izmaksu. Referāts Daugavpils Universitātes 53. zinātniskās konferences ietvaros, 9 lpp. [skatīts: 11.0.2021]. Pieejams: https://dukonference.lv/files/proceedings_of_conf/53konf/tiesibas/Rone.pdf

21. Skiba, M. J. (2017). Psyhology of Fraud: Integrating Criminological Theory into Counter Fraud Efforts. iUniverse.

Herberts Bruža. PIEGĀDES LĪGUMA NEPIECIEŠAMĪBA LOĢISTIKAS UZŅEMUMOS

Alberta koledža, Komercdarījumu tiesiskais regulējums, Herberts.bruza@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.iur., lektors, Ivars Čivčišs*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Piegādes līgums ir viena daļa no Civillikuma 4.daļas saistību tiesībām. Tas regulē to, ka viena puse apņemas piegādāt otrai noteikti lietu par zināmu cenu un kādas abām pusēm ir tiesības un pienākumi. Šis līgums ir līdzīgs pirkuma līgumam un daudzas valstis to tā uztver, kā arī šis līgums vēsturiski ir pārņemts no Krievijas impērijas likumiem. Bet noslēdzot šo līgumu gan Latvijā gan starptautiski ir jāņem vērā daudz citi noteikumi kas ir attiecināmi piemēram uz ANO konvencijām par starptautiskajiem preču pirkumiem un pārvedājumiem. Lai vairāk izprastu šī līguma nepieciešamību ir jānoskaidro kā piegādes līgums ir izveidots vēsturiski un kā tas tiek pielietots tagad, kā āri kādas sekas var radīt tā neesamība pie noteiktiem darijumiem.

Pētījuma mērķis: Šī pētījuma mērķis ir atspoguļot kapēc ir nepieciešams piegādes līgums katrā darijumā ko veic loģistikas uzņēmums, it īpaši starptautiskajos kravas pārvadājumos kādas var būt sekas, ja tāds nav noslēgts.

Pētījuma metodes: Pētījumā pamatā izmantotas tādas kvalitatīvo datu vākšanas metodes, kā dokumentu un literatūras analīze un tādas vispārzinātniskās metodes, kā analīze, sintēze, indukcija un loģiski konstruktīvā metode. Normatīvajos aktos iekļauto tiesību normu jēgas noskaidrošanā izmantotas tiesību normu pamatinterpretācijas metodes – gramatiskā, sistemātiskā, vētsturiskā un teleoloģiskā.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā tika izskatīts un sniegts pārskats par to, kapēc ir jānoslēdz piegādes līgums, kādas ir sekas, ja tas nav izdarīts un uz kādiem normatīvajiem aktiem darbojas jebkāda piegāde, gan Latvijas gan pārrobežu gadijumos.

Atslēgas vārdi: *loģistika; piegādes līgums; noteikumi; sistību tiesības.*

Ievads

Uzņēmēji nereti kļūdaini uzskata, ka līgums ir tikai A4 formāta lapa, kuru līguma slēdzēji paraksta ar roku vai pie notāra. Ja vien likums īpaši neparedz līguma rakstveida formu (piemēram, darba līgumam vai nekustamā īpašuma pirkumam), puses var brīvi izvēlēties līguma formu. Līgums var tikt noslēgts gan mutvārdos, gan arī ar elektroniskiem saziņas līdzekļiem, tāpat līgums ir uzskatāms par noslēgtu arī tad, ja par to liecina abu pušu darbības. Piemēram, ja ārvalstu partneris veic preces pasūtījumu e-pastā, bet Latvijas uzņēmējs pretī nosūta rēķinu par preces cenu, tad var uzskatīt, ka puses ir noslēgušas līgumu.

Analizējot Latvijas Republikas normatīvos aktus, un starptautiskos aktus, konvencijas utt., kas attiecināma uz rakstā aplūkojamo problemātiku, piegādes līgums ir definēts Civillikuma 2107. - 2111. Pantā un ir arī likums kas nosaka ANO koneciju starptautiskajiem kravas pārvadājumiem, tas ir likums Par Apvienoto Nāciju Organizācijas Konvenciju par starptautiskajiem preču pirkuma-pārdevuma līgumiem. Ņemot vērā, ka kravas pārvadājumi ar piegādes līgumiem ir specifisks komercdarījuma veids, civillikuma normā paustā jēdziena jēga un būtība izteikta šauri.(principā ir definēts kas ir pats piegādes līgums un nedaudz kādas ir tiesības abām pusēm), neaptverot un izslēdzot citas darbības, kuras varētu tikts veiktas tieši šī darijuma rezultātā.

Pētījuma mērķis ir atspoguļot kapēc ir nepieciešams piegādes līgums katrā darijumā ko veic loģistikas uzņēmums, it īpaši starptautiskajos kravas pārvadājumos kādas var būt sekas, ja tāds nav noslēgts.

Pētījumā pamatā izmantotas tādas kvalitatīvo datu vākšanas metodes, kā dokumentu un literatūras analīze un tādas vispārzinātniskās metodes, kā analīze, sintēze, indukcija un loģiski konstruktīvā metode. Normatīvajos aktos iekļauto tiesību normu jēgas noskaidrošanā izmantotas tiesību normu pamatinterpretācijas metodes – gramatiskā, sistemātiskā, vētsturiskā un teleoloģiskā.

Pētījumā tika izskatīts un sniegts pārskats par to, kapēc ir jānoslēdz piegādes līgums, kādas ir sekas, ja tas nav izdarīts un uz kādiem normatīvajiem aktiem darbojas jebkāda piegāde, gan Latvijas gan pārrobežu gadijumos.

Piegādes līguma problemātika

Viens no četriem Civillikumā regulētajiem mantas atsavinājuma līgumiem ir piegādes līgums. Tā kā šī līguma ekonomiskais rezultāts ir tāds pats kā pirkuma līgumam, daudzas valstis to vispār neatzīst par patstāvīgu līgumu. Ir arī valstis, piemēram, Krievija, kuras piegādes līgumu izdala kā pirkuma veidu. Ir iespējami un tiks apskatīti četri veidi, kā valstu tiesību sistēmās var tikt regulētas piegādes un pirkuma līguma savstarpējās attiecības:

1. piegādes līgums vēsturisko attīstības īpatnību dēļ tiek atzīts par formāli patstāvīgu līgumu, kā tas ir Civillikumā;
2. piegādes līgums īpatnējā tiesiskā regulējuma dēļ tiek uzskatīts par pilnīgi patstāvīgu līgumu (piemēram, PSRS);
3. piegādes līgums tiek uzskatīts par pirkuma līguma veidu (Krievijas federācijas Civilkodeksā regulētais piegādes līgums);
4. tiesību sistēma vispār neatzīst un no pirkuma līguma neizdala piegādi kā atsevišķu līgumu.

Piegādes līguma regulējums Civillikumā un Baltijas Vietējo civillikumu kopojumā Civillikumā (2107. pantā) piegādes līgums definēts kā līgums ar ko viena puse (piegādātājs) uzņemas piegādāt otrai (pasūtītājam) noteiktu lietu par zināmu cenu."

Lai arī formāli pēc Civillikuma (CL) piegādes līgums ir regulēts kā patstāvīgs līgums, drīzāk tas būtu uzskatāms par pirkuma līguma veidu. Kā viens no argumentiem, kas to apstiprina, tiek minēts tas, ka saskaņā ar CL 2109. pantu piegādes līgums "kā pirkuma līguma veids" pēc pasūtītās lietas piegādes apspriežams pēc pirkuma līguma noteikumiem. Piegāde kā pirkuma veids tiek saukts arī par "piegādes pirkumu" (arī distances pirkumu), pirkumu, kad pretēji loco jeb vietas pirkumam pārdevēja izpildes vieta nesakrīt ar pircēja izpildes vietu.

Analizējot piegādes līguma institūtu Civillikumā, būtiski ievērot tā vēsturiskās attīstības gaitu. Latvijā piegādes līgums ir pārņemts no Krievijas impērijas likumiem, izstrādājot Baltijas Vietējo Civillikumu kopojumu (BVCLK), no kura tas savukārt ir pārņemts Civillikumā. Pretēji iepriekšminētajam viedoklim, kurš Civillikumā regulēto piegādes līgumu atzīst par pirkuma paveidu, BVCLK regulētais piegādes līgums tiek uzskatīts par "patstāvīgu saistību tiesību darījumu, tas ir, par līgumu noteiktas lietas "piegādāšanai" par noteiktu cenu noteiktā laikā (termiņā) un nevis par parastu pirkuma līguma paveidu". Šīs pretrunas, kad BVCLK regulētais piegādes līgums tiek atzīts par patstāvīgu līgumu, bet Civillikumā šis pats gandrīz pilnīgi no BVCLK pārņemtais līgums tiek uzskatīts par pirkuma paveidu.

Neviens līgums nav pilnīgs, un nav iespējams līgumā paredzēt pilnīgi visas iespējamās sadarbības nianses. Tādā gadījumā pusēm jāskatās, ko saka likums. Ikviens līgums ir pakļauts jeb interpretējams saskaņā ar kādas konkrētas valsts normatīvajiem aktiem. Darījumos ar ārvalstu partneriem šis jautājums ir komplicētāks, jo var rasties neskaidrības par to, kuras valsts normatīvie akti regulē konkrēto līgumu. Tādēļ talkā nāk starptautiskās konvencijas, kuru mērķis ir izveidot vienotus noteikumus pārrobežu darījumiem. Viena no vispopulārākajām un visbiežāk piemērojamajām ir ANO Konvencija par starptautiskajiem preču pirkuma-pārdevuma līgumiem (zināma arī kā *CISG*). *CISG* ir spēkā 95 valstīs, ieskaitot gandrīz visas Eiropas valstis. Līdz ar to,

veicot preču pirkšanas vai pārdošanas darījumu ar partneri no *CISG* dalībvalsts, līgumam automātiski tiks piemēroti *CISG* ietvertie noteikumi.

Lai arī normatīvie akti regulē kārtību, kā līgums būtu jāizpilda, tomēr ieteicams būtiskākās lietas atrunāt līgumā. Sevišķi svarīgi tas ir pārrobežu līgumos, jo pastāv iespēja, ka līgumu regulēs Latvijas uzņēmējam nepazīstami ārvalsts normatīvie akti.Bez preces/pakalpojuma un tā cenas ir būtiski vienoties arī par līguma izpildes vietu, laiku, samaksas kārtību un termiņiem, preces/pakalpojuma kvalitātes prasībām, piemērojamo likumu un strīdu risināšanas kārtību.Pārrobežu preču pirkuma līgumos piegāde ir būtisks elements. Vienlaikus ir jānošķir preces pirkuma līgums no piegādes līguma. Pircējs un pārdevējs pirkuma līgumā var vienoties par piegādes kārtību, tomēr, ja piegādi veiks trešā persona, tad atsevišķi ir slēdzams arī piegādes līgums.Pārrobežu darījumos pircēji un pārdevēji nereti nosaka piegādes kārtību, izmantojot INCOTERMS starptautiskos tirdzniecības noteikumus. Tie paredz transporta izmaksu sadalījumu, riska pārejas brīdi, kā arī pušu pienākumus piegādes posmā.

Piegādes nodrošināšanā nereti tiek iesaistīti pārvadātāji un ekspeditori. Ar šiem profesionāļiem ir slēdzami atsevišķi līgumi, tādēļ ir svarīgi saprast visus riskus un sabalansēt tos starp preču pirkuma līgumu un piegādes līgumu.

Kas īsti ir CISG - 1997. gada 3. jūlijā stājās spēkā likums "Par Apvienoto Nāciju Organizācijas Konvenciju par starptautiskajiem preču pirkuma-pārdevuma līgumiem" un ANO Konvencija par starptautiskajiem preču pirkuma-pārdevuma līgumiem (CISG, turpmāk – arī Konvencija) kļuva saistoša Latvijas Republikai. Lai gan kopš šī brīža jau pagājuši vairāk nekā 20 gadi (un kopš Konvencijas pieņemšanas – 40 gadi), šā raksta autora ieskatā, joprojām ir nepieciešams turpināt diskusiju par Konvencijas interpretāciju akadēmiķu un praktizējošu juristu vidū. Ne velti Konvencijas 7. pants (kas regulē Konvencijas interpretāciju) ir ticis raksturots kā vissvarīgākā Konvencijas norma. Līdz ar to ir būtiski izprast šīs normas piemērošanu un identificēt ar to saistītos problēmjautājumus. Viens no Konvencijas mērķiem ir veicināt juridisko noteiktību (*legal certainty*) starptautiskos preču pirkuma-pārdevuma darījumos.

Lai to nodrošinātu un veicinātu Konvencijas piemērošanu iepriekš minētajos darījumos, Konvencijas 7. panta pirmā daļa nosaka: interpretējot tajā iekļautās tiesību normas, svarīgi ir ne tikai ņemt vērā Konvencijas starptautisko raksturu un godprātības principa ievērošanu, bet arī nodrošināt vienveidīgu Konvencijas piemērošanu dažādās jurisdikcijās ar atšķirīgām tiesību sistēmām un kultūru. Proti, tiesām un šķīrējtiesām nepieciešams vienoti interpretēt Konvencijā iekļautās normas un terminus, turklāt neietekmējoties no attiecīgajā jurisdikcijā pastāvošajām nacionālajām tiesībām. Ja Konvencija tiek piemērota vienveidīgi, līgumslēdzēji var paļauties uz piemērojamo likumu, tādējādi veicinot juridisko noteiktību, sekmējot starptautisko tirdzniecību un samazinot ar darījumu saistītās izmaksas, kas ir viens no Konvencijas galvenajiem mērķiem.

Neskatoties uz ieguvumu, ko sniegtu vienveidīga Konvencijas piemērošana, tās īstenošana joprojām ir ierobežota. Proti, tiesas atšķirīgās tiesību sistēmās vai arī dažādās jurisdikcijās vienas tiesību sistēmas ietvaros dažādi interpretē Konvencijā iekļautās tiesību normas, kā arī bieži vien pārkāpj 7. panta pirmajā daļā noteiktās interpretācijas vadlīnijas. Tam, autora ieskatā, var būt dažādi iemesli, piemēram, nacionālo normatīvo tiesību aktu izmantošana kā vadlīnijas Konvencijas interpretācijā vai galējos gadījumos analoģijas meklēšana nacionālajā likumā un nepamatota Konvencijas piemērošanas izslēgšana, pieņemot nolēmumu.

Kāda varētu būt nepārvarama vara līguma izpildē ir tāda, ka Ņemot vērā pēdējo gadu notikumus pasaulē (Covid-19 pandēmija, Krievijas iebrukums Ukrainā), arvien biežāk līgumu izpildē tiek piesaukta nepārvarama vara jeb *force majeure*. Lai arī šis termins ir starptautiski pazīstams un plaši izmantots, tomēr tam nav vienas universālas definīcijas. Katras valsts normatīvie akti var paredzēt nedaudz atšķirīgu nepārvaramas varas konceptu. Tomēr gan starptautiski, gan Latvijas praksē ir izkristalizējušies četri nepārvaramas varas elementi:

1. notikums, no kura nav iespējams izvairīties un kura sekas nav iespējams pārvarēt;
2. saprātīga persona līguma noslēgšanas brīdī notikumu nevarēja paredzēt;
3. notikums nav puses vai tās kontrolē esošas personas rīcības dēļ;
4. notikums saistību izpildi padara ne tikai apgrūtinošu, bet pilnīgi neiespējamu.

Tikai tad, ja visi četri priekšnoteikumi ir izpildījušies, puse var atsaukties uz nepārvaramu varu kā attaisnojumu saistību nepildīšanai. Piemēram, finanšu krīzes izraisīts apgrozāmo līdzekļu trūkums, visticamāk, nebūs pietiekams iemesls *force majeure* piemērošanai, jo uzņēmējiem ir jāspēj finanses plānot piesardzīgi, ņemot vērā ekonomikas dabisko cikliskumu, kas ietver arī ekonomikas lejupslīdi. Visbiežāk nepārvarama vara neļauj izbeigt līgumu, ja vien puses nav vienojušās citādi. Parasti nepārvarama vara ļauj apturēt līguma izpildi bez jebkādām papildu sankcijām (līgumsoda, zaudējumu atlīdzināšanas). Kad nepārvaramas varas apstākļi izbeidzas, līguma izpilde ir jāturpina.

Pārrobežu darījumos strīdu risināšana ir sarežģītāka, jo otra puse un tai piederošie aktīvi atrodas citā valstī. Līdz ar to ir jārod atbildes uz jautājumiem, kurā valstī ir iespējams šo strīdu atrisināt un kuras valsts normatīvie akti ir piemērojami darījumam. Lai laikus atvieglotu strīdu risināšanas procesu, ieteicams jau līguma slēgšanas brīdī vienoties par piemērojamo likumu un strīdu risināšanas kārtību. Tas sniegs drošību un paredzamību abām līguma pusēm. Piemēram, Latvijas uzņēmējiem kā pirmo izvēli vienmēr vajadzētu censties ierosināt Latvijas likumu kā piemērojamo likumu. Skaidrs, ka tas ne vienmēr būs iespējams, bet tādā gadījumā ir nepieciešams konsultēties ar juristiem, kas pārzina konkrētās ārvalsts tiesības, lai izsvērtu iespējamos riskus.

Tāpat ir apsverams, vai konkrētajā gadījumā strīdu risināšanas procesam izvēlēties Latvijas Republikas tiesas, vai arī šķīrējtiesas procesu kā strīdu risināšanas mehānismu. Atšķirībā no valsts tiesas procesa šķīrējtiesas procesā puses var izvēlēties procesa norises vietu, valodu un citus procesa gaitas aspektus. Turklāt visbiežāk šķīrējtiesas nolēmumu ir vieglāk izpildīt citā valstī nekā valsts tiesas spriedumu. Tieši šo iemeslu dēļ šķīrējtiesas klauzulas ietveršana līgumā ir īpaši piemērota pārrobežu darījumiem. Ja šie jautājumi pirms līguma slēgšanas būs rūpīgi apsvērti, tas ļaus labāk sagatavoties iespējamām domstarpībām ar ārvalstu partneriem. Pārgalvība un akla paļaušanās uz darījuma partnera godaprātu var maksāt ļoti dārgi.

Pētījuma metodoloģija

Veicot pētījumu par piegādes līguma jēdzienu tika izmantotas kvalitatīvo datu vākšanas metodes, kā dokumentu, zinātnisko rakstu un literatūras analīze un vispārzinātniskās metodes, kā analīze, sintēze, indukcija un loģiski konstruktīvā metode. Normatīvajos aktos iekļauto tiesību normu jēgas noskaidrošanā izmantotas tiesību normu pamatinterpretācijas metodes – gramatiskā, sistemātiskā, vētsturiskā un teleoloģiskā. Lai atainotu apdrošinātāju viedokli saistībā ar piegādes līguma pārādību tika veikta loģistikas firmas pārstāvja aptauja izmantojot telefonu, uzdodot varākus jautājumus, kas attiecīnāmi uz rakstā iztirzāto problēmjautājumu. Lai atainotu piegādes līguma jēdziena problemātikas nopietnību ne tikai Latvijas, bet arī Eiropas mērogā raksta autors izklāstija to rakstā.

Pētījuma rezultāti

Pētījuma rezultātā raksta autors nonāca pie vairākām atziņām. Saskaņā ar atainotajiem raksta datiem piegādes līgums ir izplatīts ne tikai Latvijā, bet Eiropā un citviet pasaulē. Lai gan šādi līgumi ir vairākās Eiropas un pasaules valsīs katrā tie var atšķirties un nav viens vienots, šie līgumi nosaka kādas izmaksas un kāda veida krava tiek piegādāta, noteiktā laikā un vietā. Par cik nav viena vienota līguma un katrā valstī viņš var atšķirties tad ir izveidoti ANO noteiktumi kas ir pazīstami kā CISG.

Būtiski norādīt, ka Eiropas un arī pasaules mērogā nav izveidota definīcija, kas būtu jāsaprot ar piegādes līgumu. Ir tikai tie vienotie ANO noteikumi. Šādas kopējas definīcijas neesamība noved pie nevienveidīgas tiesu prakses izveidošanās, radot izaicinājumus tiesību normu piemērošanā, sevišķi noslēgtajos pārrobežu piegādes līgumu gadījumos. Katra valsts piegādes līguma jēdzienu izpratīs un tiesību normas piemēros vadoties no nacionālajām iezīmēm, sabiedrībā esošā kultūras un zināšanu līmeņa par loģistiku. Tapēc tiesu praksē ņem vērā tieši šos ANO konevcijas noteikumus, lai risinātu strīdu, ja tāds radies.

Analizējot Latvijas Republikas normatīvos aktus, kas attiecināmi uz piegādes līguma jēdziena nonāku pie secinajuma, ka likumos, kas īpaši izstrādāti, lai regulētu tieši šāda veida darijumu. Šāds jēdziens ir atrodams Civillikuma 2107. - 2111. pantā, kurā piegādes līguma jēdziens ir izteikts šauri, to raksturojot kā kas tas tieši ir un kādas ir pušu tiesības. Bet piegādes līguma jēdziens pēc tā satura un būtības ir daudz plašāks, iekļaujot arī ļaunprātīgas darības ar svešu mantu vai tiesības uz tām. Rīcība ar svešu mantu tiesu praksē tiks kvalificēta kā krāpšana. Piemēram, ja negrib maksāt par izpildīto pakalpojumu, ja ir notikusi kāda nepārvarama vara vai arī citādi izrīkojoties ar to, piemēram tieši no loģistikas uzņēmuma puses, ja nav šāds līgums noslēgts. Persona kas ļaunprātīgi izmanto šādus pakalpojumus, lai izkrāptu savā labā tā tiek apsūdzēta un sodīta par krāpšanu atbilstoši Krimināllikuma 177. pantam vai 180. pantam. Ņemot vērā rakstā analizētās piegādes līguma neesamību vai nevienlīdzību un ja ir izdarīts kāds no minētajiem pārkāpumiem ir krāpšanas jēdziena definīcijas un tajā ietverto problemātiku, raksta autors krāpšanu definē kā fiziskas vai juridiskas personas apzinātu darbību ar tiešu nodomu (ļaunprātību) individuāli vai grupā, sniedzot nepatiesu informāciju par piegādes līgumā norādīto informāciju tā slēgšanas brīdī (maldinot vienu vai otru pusi) vai iznīcinot, bojājot vai slēpjot piegādes līgumā norādīto mantu, nolūkā saņemt apdrošināšanas atlīdzību.

Secinājumi

Pamatojoties uz iegūtajiem pētījuma rezultātiem rekomendētu veikt šādas praktiskas darbības, lai paplašinātu piegādes līguma jēdziena satura un jēgas izpratni ne tikai starp tiesībsargājošajās institūcijās nodarbinātajiem, bet arī starp loģistikas jomā nodarbinātajiem un klientiem:

1. Veikt grozījumus civillikumā nodaļā par piegādes līgumu to papildinot ar vairākiem punktiem kādos gadijumos, šis līgums varētu būt spēkā esoš vai arī pretēji, kad viņš beidz savu darbību.
2. Veikt grozījumus civillikumā nodaļā par piegādes līgumu to papildinot ar vairākiem punktiem, ievietojot arī sadaļu par starptautiskajiem darijumiem.
3. Veikt grozījumus civillikumā nodaļā par piegādes līgumu to papildinot ar vairākiem punktiem kādas tieši nepārvaramas varas varētu būt saistošas un pret kurām nevajadzētu celt pretenziju, ja tieši piegādes brīdī kāda no šim nepārvarajām varām ir tieši skārusi šo piegādi.
4. Veikt grozījumus civillikumā nodaļā par piegādes līgumu konkrēti 2110. pantu un to papildinot ar vairākiem punktiem un uzlikt arī uzņēmumiem sava veida noteikumus kurus viņiem nevajadzētu pārkāpt slēdzot piegādes līgumus.
5. Veicināt sabiedrības izglītības un kultūras līmeņa attīstību attiecībā uz loģistikas un piegādes līguma jēgas un nozīmes izpratni, tai skaitā uzsverot, ka piegādes līgums ir svarīgs komponents piegādes gadijumos un tā neesamība, vai piegādes krāpšana ir ļaunprātība, par ko pienākas kriminālatbildība. Šo varētu nodrošināt ar informatīvu bukletu, izglītojošu pārraižu, dažādu semināru rīkošanu interneta vietnēs un citās platformās, kurās atainotu apdrošināšanas nozīmī cilvēku dzīvē.

Pētījumam ir gan teorētiska, gan praktiska nozīme, jo analizētie problēmjautājumi būs aktuāli tik ilgi, kamēr netiks veikta sabiedrības izglītošana un papildināti esošie normatīvie akti, lai nodrošinātu vienveidīgas izpratnes veidošanos par apdrošināšanas krāpšanas kaitīgo ietekmi.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Cakuls, S. (2002). Kā nošķirt piegādes līgumu no citiem līgumiem. Promocijas darba kopsavilkums (autorreferāts). Latvijas Universitāte. [skatīts: 01.04.2023]. Pieejams: https://m.juristavards.lv/doc/65243-ka-noskirt-piegades-ligumu-no-citiem-ligumiem/
2. Tauriņš, A. (2022). Starptautiskie darījumi un juridiskās problēmas. Socrates: Forbes mājas interneta lapa. [skatīts 01.04.2023]. Pieejams: https://forbesbaltics.com/lv/viedokli/raksts/starptautiskie-darijumi-un-juridiskas-problemas
3. Civillikums (spēkā esošā redakcija). Latvijas Vēstnesis, 01.09.1992. [skatīts: 02.04.2023]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/225418-civillikums
4. Logins, K. (2020). CISK interpretācijā izmantojamie instrumenti. Socrates: jurista vārds mājas interneta lapa. [skatīts 01.04.2023]. Pieejams: https://juristavards.lv/doc/276957-cisg-interpretacija-izmantojamie-instrumenti-iss-ieskats/

Egija Pelša. DARBA KOPLĪGUMA IZPRATNES ATTĪSTĪBA

Alberta koledža, Komercdarījumu tiesiskais regulējums, egijapelsa@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: *Mg.iur. Ivars Čivčišs*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Darba koplīgums, kurš ir ietverts Darba likumā, Latvijā stājās spēkā no 2002.gada. Ņemot vērā iepriekšējos gadus Latvijā, kad īpaši ekonomiskās nestabilitātes laikos arvien vairākās nozarēs un uzņēmumos tika noslēgti darba koplīgumi, īsti nav skaidrs kā vispār ir radies tieši šāds jēdziens, un ko šāda vienošanās darbiniekiem ar darba devēju var sniegt - kādus labumus, kādas tiesības un pienākumus. Lai vairāk izprastu darba koplīguma attīstību, ir jānoskaidro pirmās darba koplīguma rašanās gaitas, kuras meklējamas ar nosaukumu 'darba tarifa līgums', kā arī 'kolektīvais darba līgums'.

Pētījuma mērķis: Šī pētījuma mērķis ir atspoguļot darba koplīguma izpratni laika periodā, sākot no 20.gs sākuma līdz mūsdienām, izmaiņas jēdzienos un to skaidrojumā.

Pētījuma metodes: Pētījumā pamatā tika izmantotas kvalitatīvo datu vākšanas metodes – dokumentu analīze un literatūras analīze. Interpretējot tiesību normas, tika izmantotas šādas tiesību normu interpretācijas pamatmetodes – gramatiskā, vēsturiskā, sistēmiskā un teleoloģiskā.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā tika sniegts pārskats par to, ka ne tikai laika gaitā mainījusies izpratne par darba koplīgumu, bet ir arī vairākkārt mainījies pats jēdziens (sāk. darba tarifa līgums) un jēdziena skaidrojums.

Atslēgas vārdi: *darba koplīgums; kolektīvais darba līgums, darba tarifa līgums; darba likums.*

Ievads

Kā minēts Latvijas Vēstneša portāla oficiālajā mājaslapā, darba koplīgumu tiesiskais regulējums ir ietverts Latvijas Republikas Sarversmē un Darba likumā, kā arī Latvijai juridiski saistošajos starptautisko tiesību intstrumentos, kā, piemēram, Starptautiskās Darba organizācijas konvencijās:

1. 1948. gada konvencijā Nr. 87 „Par asociāciju brīvību un tiesību aizsardzību, apvienojoties organizācijās";
2. 1949. gada konvencijā Nr. 98 „Par tiesībām uz apvienošanos organizācijās un kolektīvo līgumu slēgšanu";
3. 1978. gada konvencijā Nr. 151 „Par darba attiecībām (valsts dienests)";
4. 1981. gada konvencijā Nr. 154 „Par kolektīvo pārrunu atbalstīšanu".

Darba koplīgumu uzņēmumā slēdz darba devējs un darbinieku arodbiedrība vai darbinieku pilnvaroti pārstāvji, ja darbinieki nav apvienojušies arodbiedrība, vienojoties par noteikumiem, kas regulē darba tiesisko attiecību saturu, it īpaši darba samaksas, darba aizsardzības organizāciju, darba tiesisko attiecību nodibināšanu un izbeigšanu, kā arī darbinieku kvalifikācijas paaugstināšanu un citus ar darba tiesiskajām attiecībām saistītus jautājumus, nosakot abām iesaistītajām pusēm tiesības un pienākumus.

Atskatoties uz pagājušajiem gadiem Latvijā, īpaši ekonomiskās nestabilitātes apstākļos, arvien vairākās nozarēs un uzņēmumos tika noslēgti šie darba koplīgumi, bet daudziem joprojām nav īsti saprotams, kā vispār radies šāds jēdziens, un kāpēc radās šāda veida vienošanās, kas sniedz ne tikai uzlabojumus darbiniekiem un darba devējam, bet uzliek arī tiesības un pienākumus.

Pētījuma mērķis: atspoguļot darba koplīguma izpratni laika periodā, sākot no 20.gs sākuma līdz mūsdienām, izmaiņas jēdzienos un to skaidrojumā.

Pētījuma uzdevumi:

1. izpētīt pirmos rakstus par darba tarifa līgumu;
2. izpētīt darba kolektīvos līgumus;
3. izpētīt mūsdienu darba koplīguma saturu, un salīdzināt ar iepriekšējiem, meklēt kopsakarības;
4. izdarīt secinājumus.

Pētījumā izmantotās metodes: kvalitatīvo datu vākšanas metodes – dokumentu analīze un literatūras analīze. Interpretējot tiesību normas, tika izmantotas šādas tiesību normu interpretācijas pamatmetodes – gramatiskā, vēsturiskā, sistēmiskā un teleoloģiskā.

Pētījuma rezultāti: Pētījumā tika sniegts pārskats par to, ka ne tikai laika gaitā mainījusies izpratne par darba koplīgumu, bet ir arī vairākkārt mainījies pats jēdziens (sāk. darba tarifa līgums) un jēdziena skaidrojums.

Darba koplīguma jēdziena izcelsme un attīstība

Pirmavoti par darba koplīgumiem meklējami 1927.gada "Tieslietu Ministrijas Vēstneša" 1.burtnicā par Tarifa jeb kolektīvie līgumi. Šajā laika periodā visstraujāk šādi darba attiecību līgumi attīstījās Vācijā un citās tā laika rūpnieciski attīstītās valstīs, bet mazāk Latvijā. Ne gluži tādēļ, ka Latvijā pastāvētu kādi īpaši sociāli apstākļi, kuru dēļ darba attiecību attīstība uz sociālu saistību pusi būtu izslēgta, bet tādēļ, ka Latvijā kolektīvo saistību izveidošanās priekšnoteikumi tolaik vēl bija vāji attīstīti. Taču Latvija nav gluži izslēgta no darba attiecību nokārtošanas kolektīvu saistību ceļā. Un tad, jau pirmais minētais kolektīvais līgums jeb tarifs atzīmējams 1905.gadā un pastāvēja līdz Pirmajam pasaules karam (1914). Pēc Latvijas nodibināšanas grāmatrūpniecības strādnieku arodbiedrība noslēdza vienu no priekšzīmīgākajiem kolektīviem līgumiem, kam sekoja arī transportstrādnieki un citas nozares arī sāka attīstīties šajā virzienā, bet pilnīgai kolektīvo līgumu attīstībai kā viens no šķēršļiem bija valsts likumdošana, kas tajā laika posmā vēl nepazina sociālās saistības darba attiecībās. Šis savā veidā saucamais 'negatīvais apstāklis' traucēja kolektīvo līgumu attīstībai. Tā laika individuālais darba līgums juridiskā ziņā balstās uz privāttiesību principiem, bet par darba līguma nosacījumiem bienojas tieši atsecišķs algots darbinieks un nodarbinātājs. Šāda atsevišķā līguma slēgšanu nokārto civillikumi un Rūpniecības darba likumu nosacījumi.

Gadījumos, ja līguma nosacījumi nesaskan ar pastāvošajiem darba aizsardzības likumiem, tad tie ir nederīgi. Kolektīvā līguma būtība ir noteikt normas, kuras kļūst par noslēdzamo individuālo darba līgumu saturu. Ja ar kolektīvo līgumu saistīts algots darbinieks strādātu par zemāku algu, tad zaudējumus gūst tikai viņš pats. Tomēr īstenībā arī organizācija ir ieinteresēta, jo, ja novirzīšanās no kolektīvā līguma nosacījumiem notiek plašākos apmēros, tad šis līgums var zaudē stavu nozīmi. Šādos gadījumos cieš arodnieciskas intereses, kuras aizstāv organizācija. Tādejādi, organizācijai rastos netieši zaudējumi, kurus grūti būtu pierādīt un pamatot tiesas priekšā. Tādēļ, ļoti svarīga būtu kolektīvo līgumu likumīga atzīšana, kā tas noticis citās valstīs. Un tad, šis stāvoklis radikāli uzlabojās. Latvijas likumdošana stājās uz tā paša ceļa, uz kura jau labu laiku iepriekš bija nostājusies citu valstu likumdošana. Tā nu uz Latvijas arodbiedrību centrālbiroja ierosinājumu, ministru kabinets satversmes 81.panta kārtībā 4.oktobrī izdeva likumu "Noteikumi par kolektīvā darba līgumu".

Aplūkosim, kādi ir šie noteikumi:

1. Kolektīvā darba līguma jēdziens un saturs.

Šī noteikuma 1.pants nosaka, ka kolektīvs darba līgums ir tāds līgums, kas slēgts starp atsevišķu darba debēju vai darba devēju organizāciju no vienas puses un algotu darbinieku organizāciju no

otras puses. Šajā formulējumā gan nav konkretizēts kolektīvā darba līguma jēzdiena saturs un nolūks, tāpēc atzīstams par nepilnīgu. Katra kolektīva līguma nolūks ir nodrošināt algotiem darbiniekiem zināmus darba apstākļus, minimālās normas, kurām jākļūst par noslēdzamo indiviuālo darba līgumu saturu. Kolektīvam līgumam jānodrošina algotie darbinieki pret nejaušībām un patvarībām darba attiecībās ar nodarbinātājiem, darbinieku interešu aizsardzībā ir jānosprauž zināmas robežas, zem kurām darba nosacījumi nevar 'noslīdēt'.

2. Kolektīvā darba līguma noslēgšana.

Kā jau iepriekš tika minēts 1. pantā, šādam līgumam jābūt slēgtam starp atsevišķu darba devēju vai darba devēju organizāciju no vienas puses un algotu darbinieku organizācijuno otras puses. Tādejādi, no nodarbinātāju puses līgumu vispirms var slēgt atsevišķs darba devējs savam uzņēmumam. Zem atsevišķa darba dēvēja jāsaprot ne tikai fiziska, bet arī juridiska persona (noteikumu 2. p.), piem. akciju, paju, komandītsabiedrību u.c. pārvaldes. Arī valsts un pašvaldības iestādes, vai autonomi uzņēmumi, kā nodarbinātāji, var noslēgt kolektīvu darba līgumu. Beidzot līgumu var slēgt darba dēvēju organizācija savu biedru vārdā un tādā gadījumā viņš attiecas uz šo biedru uzņēmumiem. No algoto darbinieku puses kolektivu darba līgumu var noslēgt tikai viņu organizācija.

Kolektīvi darba līgumi noslēdzami rakstiski uz notiektu vai nenoteiktu laiku. Ja līgumā tomēr nav atzīmēts laiks, uz kādu tas ir noslēgts, tad uzskatāms, ka noslēgts uz nenoteiktu laiku. Ieesniedzams trijos eksemplāros tautas labklājības minstrijai reģistrēšanai.

3. Kolektīvā darba līguma saistības.

Kolektīvā līguma saistības attiecas uz līgumslēdzējām organizācijām un iestādēm, kā arī uz šo organizāciju atsevišķiem biedriem. Tātad, ārpus arodbiedrības stāvoši algoti darbinieki kolektīvā līgumā paredzētās tiesības 'nebauda', un līguma tiesības uz viņiem 'nezīmējas'. Tas pats attiecas uz uzņēmēju, kas stāv ārpus savas organizācijas, ja tā noslēgusi līgumu. Līdz ar algota darbinieka vai nodarbinātāja iestāšanos savā organizācijā, kas kolektīvo līgumu noslēgusi, uz viņiem attiecas visas līguma saistības. Ja arodbiedrība kolektīvo līgumu noslēgusi ar atsevišķiem uzņēmējiem, tad arī citi uzņēmēji vēlāk šim līgumam var pievienoties, to parakstot, vai arī, ja kolektīvais līgums noslēgts starp organizācijām, atsevišķs uzņēmējs, kas organizācijā neietilpst, var viņam pievienoties vēlāk.

Pats par sevi saprotams, ka kolektīvā līguma slēdzējas puses nevar noslēgt vēl kādu citu kolektīvu līgumu ar kādu citu organizāciju vai personu, kas runātu pretim jau iepriekš noslēgtam kolektīvam līgumam. Ja to pieļautu, tad vienai vai otrai pusei rastos iespēja tādā ceļā priekšlaicīgi 'atsvabināties' no kolektīvā līguma saistībām un nebūtu sasniegts kolektīvā līguma nolūks. Citiem vārdiem sakot, kolektīvā līguma nosacījumi pilnā mērā attiecas uz individuālo darba līgumu. Ciktāl, individuālā darba līgumā noslēgtais ir pretējs kolektīvā līguma nosacījumiem, tasskaitas kā neesošs un atvietojams ar pēdējiem, vienalga, kādā veidā individuālais darba līgums noslēgts rakstiski vai pat notariāli. Ar jauno likumu nosacītais kolektivā darba līguma normu saistošais raksturs dara atsevišķām, ar kolektīvo līgumu saistītām nodarbinātajām gluži neiespējamu ar individuālā darba līguma palīdzību izvairīties no kolektīvā līguma saistībam. Šim stāvoklim ir ārkārtīgi svarīga principiāla nozīme (Tieslietu Ministrijas Vēstnesis, Nr.1 (1927)).

Savukārt, nākamās izmaiņas koplīguma attīstībā redzamas 1940.gadā, kurā atsevišķu darba līgumu saturu nu jau nosaka darba koplīgumi, kuru agrāk sauca par kolektīviem vai darba tarifa līgumiem. Darba koplīgumus noslēdz viena vai vairākas darbinieku organizācijas ar vienu vai vairākiem darba devējiem vai viņu organizācijām. Kā minēts tā laika izdevumā "Darba Dzīve", visa plašā darba darītāju saime un tās pārstāvētāja – Latvijas darba kamera ar patiesu gandarījumu uzņēma ziņu, ka Ministru kabinets pieņēmis un Valsts un Ministru prezidents izsludinājis jaunu likumu par darba attiecību kārtošanu – likumu par darba koplīgumiem. Jaunais likums par darba koplīgumiem katram darba darītājam pavisam tieši liks izjust tā lielo nozīmi, jo darba koplīgums

noteiks atsevišķo darba līgumu pamatsaturu un dos iespēju nokārtot taisnīgāk arī darba algas jautājumus. Darba koplīgumā varēs noteikt ne tikai noteikumus par darba algu, bet arī par darba laiku un atvaļinājumiem, par darba apstākļiem un kārtību darba vietās, kā arī par visu citu, kas kārto darbinieku un darba devēju savstarpējās attiecības (Kalnāre, 1940).

Salīdzinot ar 1927.gada izveidotajiem kolektīvajiem darba līgumiem, ir jūtama atšķirība, un ir būtiski uzlabojusies, galvenokārt, izpratne par to, kādas vajadzības būtu jāietver darba koplīgumā. Galvenie 1927. gada noteikumi un līdz ar to noslēgto koplīgumu trūkumi bija sekojoši: iztrūka vispār pieņemtais princips, ka ar koplīguma stāšanos spēkā darba vietās, uz kurām līgums attiecās, jaunie atsevišķie darba līgumi, bet agrāk noslēgtie jāturpina saskaņā ar koplīguma noteikumiem. Tādejādi, strīda gadījumā tiesai nebija iespējams piemērot koplīguma noteikumus. Darbiniekam nebija reālas juridiskas iespējas panākt sev tādu darba algu, kāda bija noteikta koplīgumā. Kad tika pieņemts jaunais likums par darba koplīgumiem, iepriekšējos atsevišķajos darba līgumos bija viens ievērojams trūkums, kur darbinieks bija saimnieciski vājākais līdzējs, kas traucēja patiesi brīva darba līguma noslēgšanai, kā arī atsevišķs darbinieks un nodarbināto grupas nebija pasargātas no vienpusīgas atalgojuma un vispār darba apstākļu noteikšanas kā tādas. Vēl viens mīnuss bija, kad iepriekš koplīgumi saistīja tikai līdzēju organizāciju biedrus. Ņemot vērā to, ka ne visi attiecīgo nozaru darbinieki un darba devēji bija šo organizāciju biedri, tad koplīguma noteikumus uz viņiem nebija iespējams attiecināt, kas gala rezultātā veicināja sarūgtinājumu kā darbiniekos, tā arī darba devējos. Taču, jaunajā likumā par darba koplīgumiem visi aprādītie trūkumi ir novērsti, un patiesi darba koplīgums, kā tas pateikts likumā, izlīdzinās darba devēju un darbinieku intereses, pakļaujot tās vienotās tautas un valsts labumam, darīs dažādo ražošanas spēku sadarbību. Noslēdzot šādu vienošanos, darbiniekam tika nodrošināts noteikts un taisnīgs atalgojums, kā arī koplīguma slēdzēji savstarpēji apņemās savu saimniecisko interešu sasniegšanās nepielietot streiku, lokautu un boikotu (Kalnāre, 1940).

Kā nākamo periodu, autore vēlas minēt 1991. gadu, kad stājās spēkā likums 'Par darba koplīgumiem', taču zaudēja savu spēku 2002.gadā. Šā likuma 1.pants paredz, ka:

- darba koplīgums ir vienošanās, ko darbinieku arodu organizācija vai darbinieku pilnvaroti pārstāvji, ja šādas organizācijas nav, slēdz ar darba devēju par darba, tā samaksas un sociālās aizsardzības nosacījumiem;
- darba koplīgumā nedrīkst paredzēt mazākas darbinieku tiesību garantijas, nekā noteikts Latvijas Republikas likumos;
- darba devējs nav tiesīgs atteikties slēgt saskaņotu darba koplīgumu.

Savukārt, par darba koplīguma formu un saturu ir izteikts 6. un 7.pantā, kur:

- darba koplīgumu noslēdz rakstveidā;
- darba koplīgumā jāietver noteikumi par darba samaksu, darbinieku darba samaksas indeksāciju atbilstoši likumdošanas aktu noteiktajai kārtībai par iedzīvotāju naudas ienākumu indeksāciju, darbinieku sociālās nodrošinātības un izbrīvējamo darbinieku pārkvalificēšanās garantijas, noteikumi par darba un atpūtas laiku (arī par papildatvaļinājumiem sakarā ar darbu kaitīgos un smagos darba apstākļos), kvalifikācijas celšanu, darba apstākļu uzlabošanu, darba drošību un apkārtējās vides aizsardzību;
- darba koplīgumā var ietvert noteikumus par darba un sociālajiem atvieglojumiem daudzbērnu ģimenēm un maznodrošinātām ģimenēm, mātēm, kurām ir nepilngadīgi bērni vai bērns invalīds, darbiniekiem, kuri darbu savieno ar mācībām, pensionāriem — bijušajiem uzņēmuma, iestādes vai organizācijas darbiniekiem; noteikumus par papildatvaļinājumiem un papildu samaksu par sevišķi svarīgu uzdevumu veikšanu, izciliem darba rezultātiem, nakts darbu, maiņu darbu, ilggadēju darbu, kā arī noteikumus par sadzīves apstākļu uzlabošanu un citas pušu savstarpējās saistības;

- darba koplīgums var paredzēt darbinieku arodu organizāciju vēlēto darbinieku, kā arī organizāciju vēlēto uzticības personu tiesības un garantijas sakarā ar sabiedrisko pienākumu veikšanu darbinieku interesēs;
- darba koplīgumam var pievienot pielikumus, un tādā gadījumā tie ir neatņemama koplīguma sastāvdaļa.

Salīdzinot ar iepriekšējām darba koplīguma veidiem un to izpildi, šim likumam tika pievienotas papildus tādas nodaļas kā:

- darba koplīguma noslēgšanas kārtība;
- darba koplīgumu noslēdzot, grozot un pildot radušos strīdu izšķiršana;
- darba koplīguma saistību izpildes kontrole un atbildība par šā likuma pārkāpšanu (Par darba koplīgumiem, zaudējis spēku).

Kā beidzamo periodu, un pašlaik spēkā esošo jāmin 2002.gada 1.jūnijā pieņemto Darba likumu, kas ietver sevī arī darba koplīgumu. Šī likuma 17.pantā ir izteikts darba koplīguma saturs un forma:

1. darba koplīgumā puses vienojas par noteikumiem, kas regulē darba tiesisko attiecību saturu, it īpaši darba samaksas un darba aizsardzības organizāciju, darba tiesisko attiecību nodibināšanu un izbeigšanu, darbinieku kvalifikācijas paaugstināšanu, kā arī darba kārtības, darbinieku sociālās aizsardzības un citus ar darba tiesiskajām attiecībām saistītus jautājumus, un nosaka savstarpējās tiesības un pienākumus;
2. bez īpašas norunas darba koplīguma puses:

   1) darba koplīguma spēkā esamības laikā atturas no pasākumiem, kas vērsti uz vienpusēju tā noteikumu grozīšanu, ja normatīvajos aktos vai darba koplīgumā nav noteikts citādi;

   2) gādā, lai darba koplīguma noteikumus ievērotu un pildītu gan darba devējs, gan darbinieki;
3. darba koplīgums slēdzams rakstveidā (Darba likums spēkā esošā redakcijā).

Ņemot vērā iepriekšējo spēku zaudējušo likumu, esošajā Darba likumā ir vēl vairāk papildināta nodaļa par darba koplīgumiem, kas ietver:

- 5.nodaļa Darba koplīguma vispārīgie noteikumi

  17.pants. Darba koplīguma saturs un forma
  18. pants. Darba koplīguma puses
- 6.nodaļa Darba koplīguma spēks

  19.pants. Darba koplīguma spēks laikā
  20.pants. Darba koplīguma spēks attiecībā uz personām
- 7.nodaļa Darba koplīguma noslēgšanas un grozīšanas kārtība

  21.pants. Darba koplīguma noslēgšanas kārtība
  22.pants. Darba koplīguma apstiprināšana
  23.pants. Darba koplīguma noteikumu grozīšana
  24.pants. Iepazīstināšana ar darba koplīgumu
- 8.nodaļa Strīdu izšķiršana

  25.pants. Strīdu izšķiršana izlīgšanas komisijā
  26.pants. Tiesību strīdu izšķiršana
  27.pants. Interešu strīdu izšķiršana (Darba likums spēkā esošā redakcijā).

Pētījuma metodoloģija

Veicot pētījumu par darba koplīguma izpratnes attīstību, tika izmantotas kvalitatīvo datu vākšanas metodes, šajā gadījumā dokumentu analīze un literatūras analīze. Interpretējot tiesību normas, tika izmantotas visas četras tiesību normu interpretācijas pamatmetodes, bet atbilstoši pētījuma mērķim, atspoguļojot darba koplīgumu noteiktā laika periodā, visvairāk tika izmantota vēsturiskā metode.

Pētījuma rezultāti

Pētījumā tika sniegts pārskats par to, ka ne tikai laika gaitā mainījusies izpratne par darba koplīgumu, bet ir arī vairākkārt mainījies pats jēdziens (sāk. darba tarifa līgums) un jēdziena skaidrojums. Izvērtējot rīcībā esošo informāciju par dažādiem laika posmiem, autore uzskatāmībai izveidoja tabulu (sk. 1.tabula), kurā tiek atspoguļota katra laika perioda darba koplīguma raksturojums:

1.tabula. Autores veidota tabula, atspoguļojot darba koplīguma jēdzienu vairākos laika posmos.

1927.gads	**1940.gads**	**1991.gads**	**2002.gads**
Kolektīvais darba līgums ir tāds līgums, kas slēgts starp atsevišķu darba dēvēju vai darba devēju organizāciju no vienas puses un algotu darbinieku organizāciju no otras puses.	Par darba koplīgumiem uzskatāmi līgumi, ko viena vai vairākas darbinieku organizācijas noslēdz ar vienu vai vairākiem darba devējiem vai viņu organizācijām darba attiecību kārtošanai un līdzju pienākumu noteikšanai.	Darba koplīgums ir vienošanās, ko darbinieku arodu organizācija vai darbinieku pilnvaroti pārstāvji, ja šādas organizācijas nav, slēdz ar darba devēju par darba, tā samaksas un sociālās aizsardzības nosacījumiem.	Darba koplīgumu uzņēmumā slēdz darba devējs un darbinieku arodbiedrība vai darbinieku pilnvaroti pārstāvji, ja darbinieki nav apvienojušies arodbiedrībā.

Secinājumi

Pamatojoties uz iegūtajiem pētījuma rezultātiem, vairākkārt tika mainījusies gan tiesiskā forma darba koplīgumiem, gadiem ejot un attīstoties tautas socializācijai, attiecīgi paplašinājās arī darba koplīgumā iekļaujamie panti, vairāk tiek ņemtas vērā darbinieku vajadzības, nepieciešamības, darbinieks tiek vairāk tiesiski pasargāts. Protams, ir saskatāmas arī kopsakarības starp visiem šiem pieņemtajiem un spēku zaudējušiem likumiem, kā, piemēram, galvenokārt, šāda līguma galvenā funkcija ir kaut ko uzlabot, nevis pasliktināt. Mainoties apkārtējiem ārējiem apstākļiem, mainās arī iekšējā vide, tautas izpratne par darbu, par attīstību, un kā iespējami veicināt šo attīstību, tas arī ir pamanāms, šajos darba koplīgumos. Ar katru desmitgadi arvien vairāk ir redzami uzlabojumi, kuri, bez šaubām, atvieglo darbinieku ikdienu, izveido ciešāku saikni un labvēlīgāku vidi ar darba devēju, gan uzņēmumā, gan nozarē.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

1. Darba likums (spēkā esošā redakcija). Latvijas Vēstnesis, (105), 06.07.2001. [skatīts 28.03.2023.] Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/26019-darba-likums
2. Arodbiedrību likums (spēkā esošā redakcija). Latvijas Vēstnesis, (60), 25.03.2014. [skatīts 28.03.2023.] Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/265207-arodbiedribu-likums
3. Biedrību un nodibinājumu likums (spēkā esošā redakcija). Latvijas Vēstnesis, (161), 14.11.2003. [skatīts 28.03.2023.] Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/81050-biedribu-un-nodibinajumu-likums

4. Latvijas Brīvo arodbiedrību savienība, Soli pa solim līdz koplīgumam (2019). [skatīts 28.03.2023.] Pieejams: https://arodbiedribas.lv/wp-content/uploads/2019/11/soli_pa_solim.pdf ;
5. Tieslietu Ministrijas Vēstnesis, Nr.1 (01.01.1927) [skatīts 30.03.2023.] Pieejams: file:///C:/Users/Arvils/Downloads/document%20(16)%20(1).pdf
6. Valdības Vēstnesis, Nr.92 (24.04.1940) [skatīts 30.03.2023.] Pieejams: file:///C:/Users/Arvils/Downloads/document%20(15)%20(1).pdf
7. "Darba Dzīve", "Jaunais likums par darba koplīgumiem" V. Kalnāre (27.04.1940.) [skatīts 31.03.2023.] Pieejams: file:///C:/Users/Arvils/Downloads/document%20(14)%20(1).pdf
8. Tiesu prakse darba lietās (2012.gada jūlijs - 2021.gads) [skatīts 01.04.2023.] Pieejams: https://www.at.gov.lv/files/uploads/files/6_Judikatura/Tiesu_prakses_apkopojumi/2021/Apkopojums_darba%20lietas_2022_aktualizets.docx
9. Par darba koplīgumiem (zaudējis spēku). Latvijas Republikas Augstākās Padomes un Valdības Ziņotājs, (21/22), 06.06.1991. [skatīts 01.04.2023.] Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/65781-par-darba-kopligumiem