STUDĒJOŠO ZINĀTNISKI PĒTNIECISKO RAKSTU KRĀJUMS

Sējums 6

Vadības zinības

Rīga 2023

Studējošo zinātniski pētniecisko rakstu krājums, 2023(6)
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 Ekonomikas un kultūras augstskolas bakalaura programmas „Vadības zinības" latviešu plūsmas studējošo veikto pētījumu rezultāti.

Rakstu krājuma galvenā redaktore:

Jeļena Titko / Ekonomikas un kultūras augstskola

Rakstu krājuma tehniskie redaktori:

Inese Rutka / Alberta koledža

Kristīne Užule / Ekonomikas un kultūras augstskola

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

© Ekonomikas un kultūras augstskola, 2023

© Alberta koledža, 2023

Izdevējs:

Ekonomikas un kultūras augstskola

Pērnavas 62, Rīga, LV1009, Latvija

Saturs

Agnese Adijāne. LATVIJAS TŪRISMA NOZARES KONKURĒTSPĒJA UN IZAICINĀJUMI 4
Baiba Šarkeviča. BĒRNU IZKLAIDES UZŅĒMUMA ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS VENTSPILĪ 11
Māra Bebēka-Priede. VEGĀNU, VEĢETĀRU, BEZCUKURA, BEZLAKTOZES, BEZGLUTĒNA KONDITOREJAS NOZARES IESPĒJAS LATVIJĀ 18
Daniela Maksimčika. ADĪJUMU UN VILNAS IZSTRĀDAJUMU SEGMENTA ATTĪSTIBA LATVIJĀ 26
Eva Dzeguze. ZERO WASTE ATTĪSTĪBA LATVIJĀ 31
Gints Briedis. INDIVIDUALIZĒTU KANVU RAŽOŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ 37
Justīne Matisone. TŪRISMA NOZARE LATVIJĀ PĒC COVID-19 PANDĒMIJAS 43
Jēkabs Jānis Tīss· BUNGU SKOLAS PAKALPOJUMU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS TALSU NOVADĀ 49
Jeļena Ubba. MEDICĪNAS APĢĒRBU UN APAVU TIRDZNIECĪBA DAUGAVPILS REĢIONĀ 57
Lāsma Krūmiņa. UZŅĒMĒJDARBĪBAS ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS SKAISTUMKOPŠANAS PAKALPOJUMU SNIEGŠANĀ PREIĻU NOVADĀ 65
Laura Jansone. FINANŠU RISKI SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS UZSĀKŠANAI SKAISTUMKOPŠANAS NOZARĒ 74
Oļegs Hindogins. ALKOMETRS KĀ OBLIGĀTĀ PRASĪBA, VADOT AUTOMAŠĪNU 80
Ieva Taraškeviča. VĒSELĪGO ĒDIENU PIEGĀDES PAKALPOJUMA ATTISTĪBAS IESPĒJAS DAUGAVPILS PILSĒTĀ 85
Matīss Nitišs. KAFIJAS AUTOMĀTU TIRDZNIECĪBAS IESPĒJAS SPECIALIZĒTĀ VEIKALĀ 90
Alīna Miķelsone Krieviņa[1], Beate Adlere[2]. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI 98
Kristīne Šķibuste. ORGANIZĀCIJAS PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS SISTĒMAS EFEKTIVITĀTES IZVĒRTĒJUMS. VAI PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS SISTĒMA JŪSU UZŅĒMUMĀ IR EFEKTĪVA? 107
Līga Jevdokimova. STRESA VADĪŠANA TIRDZNIECĪBAS NOZARĒ 112

Agnese Adijāne. LATVIJAS TŪRISMA NOZARES KONKURĒTSPĒJA UN IZAICINĀJUMI

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: eka.a.adijane@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Tūrisma nozarē pastāv vairāki izaicinājumi, kas var ietekmēt tās konkurētspēju un turpmāko attīstību. Saskaņā ar Latvijas Tūrisma attīstības valsts aģentūras datiem, 2020. gadā Latviju apmeklēja 1,2 miljoni starptautisku tūristu, kas ir par 56% mazāk nekā iepriekšējā gadā. Joprojām 51% no tūrisma nozares uzņēmumiem Latvijā saskaras ar Covid-19 radītajām negatīvajām sekām (2022, TAVA). Turklāt pastāvīgas globālās tendences, piemēram, klimata pārmaiņas un demogrāfiskie izaicinājumi, prasa no tūrisma nozares pielāgošanos un inovācijas. Šajā kontekstā ir svarīgi izpētīt un analizēt Latvijas tūrisma nozares konkurētspēju un izaicinājumus, lai identificētu efektīvus risinājumus un stratēģijas tās attīstībai un ilgtspējībai.

Pētījuma mērķis: Identificēt Latvijas tūrisma nozares galvenos izaicinājumus, kas var ietekmēt nozares attīstību un konkurētspēju starptautiskā līmenī.

Pētījuma metodes: Literatūras un interneta resursu analīze, sekundāro datu analīzi un interviju. Iegūto datu apstrādei izmantota aprakstošā statistikas metode, transkripcija un grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Tika identificēti galvenie izaicinājumi, kas ietekmē Latvijas tūrisma nozares attīstību un konkurētspēju starptautiskā līmenī, tostarp infrastruktūras trūkums, zema tūrisma sezonas intensitāte, ierobežotā piekļuve finansējumam, kvalificēta darbaspēka trūkums un citas problēmas. Tika izstrādāti ieteikumi, kā uzlabot tūrisma nozares attīstību Latvijā un palielināt tās konkurētspēju.

Atslēgas vārdi: tūrisms; ekonomiskā attīstība; ceļošana; konkurētspēja.

Ievads

Latvijas tūrisma nozare ir būtisks ekonomikas sektors, kas nodrošina darbavietas un veicina valsts attīstību. Lai gan Latvija ir salīdzinoši maza valsts ar ierobežotu dabas resursu un infrastruktūras attīstību, tā tomēr spēj konkurēt ar citām Eiropas valstīm un piedāvāt dažādas interesantas tūrisma iespējas. Latvijas skaistās dabas ainavas, kultūras mantojums un radošie uzņēmēji ir nozares galvenās stiprās puses. Tūrisma nozare Latvijā piedāvā daudzveidīgu piedāvājumu - no aktīvās atpūtas un dabas tūrisma līdz kultūras un vēsturisko pieminekļu apskatei. Tūrisma nozares attīstība ir Latvijas būtisks uzdevums, tādējādi veicinot ekonomikas izaugsmi un atpūtas iespēju izvēli gan vietējiem iedzīvotājiem, gan ārvalstu tūristiem.

Darba autores mērķis ir identificēt Latvijas tūrisma nozares galvenos izaicinājumus, kas var ietekmēt nozares attīstību un konkurētspēju starptautiskā līmenī. Lai sasniegto minēto mērķi, darba autore izvirza šādus uzdevumus: izpētīt Latvijas tūrisma nozares pašreizējo stāvokli un raksturīgās tendences, izmantojot literatūras un interneta resursus; veikt interviju ar nozares ekspertu; identificēt Latvijas tūrisma nozares galvenos izaicinājumus; izstrādāt ieteikumus, kā uzlabot tūrisma nozares attīstību

Latvijā un palielināt tās konkurētspēju starptautiskā līmenī. Darbā izmantota literatūras un interneta resursu analīze, sekundāro datu analīze un intervija. Iegūto datu apstrādei izmantota aprakstošā statistikas metode, transkripcija un grafiskā analīze.

Pētījuma rezultātā tika identificēti galvenie izaicinājumi, kas ietekmē Latvijas tūrisma nozares attīstību un konkurētspēju starptautiskā līmenī, tostarp infrastruktūras trūkums, zema tūrisma sezonas intensitāte, ierobežotā piekļuve finansējumam, kvalificēta darbaspēka trūkums un citas problēmas.

Analītiskais apraksts

Starptautisko tūristu skaits 2022.gadā sasniedzis 917 miljonus, tam divkāršojoties salīdzinājumā ar 455 miljoniem 2021.gadā, paziņojusi Pasaules Tūrisma organizācija (PTO). Lai arī starptautisko tūristu skaits 2022. gadā joprojām veidoja vien 63% no skaita, kāds tika reģistrēts 2019.gadā pirms koronavīrusa pandēmijas izraisītās krīzes, PTO prognozē, ka tas šogad varētu sasniegt 80-95%. Tūrisma nozares turpmāku atlabšanu veicina pieprasījuma palielināšanās, jo sevišķi Āzijā un Klusā okeāna reģionā. Organizācija norāda, ka tūristu skaits Eiropā pērn sasniedzis 585 miljonus jeb gandrīz 80% no pirmspandēmijas līmeņa. Āfrikā, Ziemeļamerikā un Dienvidamerikā tūristu skaits veidoja aptuveni 65% no pirmspandēmijas līmeņa, bet koronavīrusa ierobežošanai paredzēto pasākumu dēļ Klusā okeāna reģionā tas sasniedza vien 23%. (PTO)

Covid-19 pandēmijas ietekme ir bijusi postoša tūrisma pakalpojumu sniedzējiem, zaudējot 20 procentus no visām tūrisma darbavietām (62 miljoni) un 1,3 triljonus ASV dolāru eksporta ieņēmumu, kā rezultātā par 50 procentiem samazinājās tūrisma nozares daļa no IKP 2020. gadā. Pieprasījuma sabrukums smagi ietekmēja no tūrisma atkarīgo kopienu, mazo uzņēmumu iztikas līdzekļus. Tas ir arī samazināja valdības nodokļu ieņēmumus un ierobežoja resursu pieejamību teritoriju uzturēšanai. (The World Bank, 2022)

Latvijā, tāpat kā citviet attīstītajā pasaulē, tūrisma nozīme valsts ekonomikā ir vērtējama ne tikai tiešajā ekonomiskajā atdevē. Tūrisma nozares multiplikatora efekts arī Latvijā veicina vietējā ražojuma pārtikas preču, dzērienu un citu Latvijā ražotu preču un pakalpojumu pieprasījumu. Vistiešākajā veidā tas ir saistīts ar Latvijas materiālā un kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšanu, ko nodrošina vietējie amatnieki, mājražotāji un nodarbinātie citās nozarēs, bet pastarpināti atkarīgi no tūrisma nozares. Tāpat pie netiešās ietekmes noteikti ir uzskaitāma arī transporta nozare, pasažieru pārvadājumi, kā arī virkne pašnodarbināto vai autoratlīdzības saņēmēju (tūristu gidi, pasākumu organizatori un vadītāji u.c.). (Dienas Bizness, 2020)

Atsaucoties uz Latvijas Tūrisma Attīstības valsts programmu 2021.–2027. gadam, tūrisma nozare ir būtisks ekonomikas attīstības sektors, kas tiek uzskatīts par svarīgu ienākumu avotu un nodarbinātības iespēju radītāju. (Latvijas tūrisma attīstības rīcības plāns, 2021) Lai uzlabotu tūrisma nozares konkurētspēju un veicinātu tās ilgtspējīgu attīstību, ir jāņem vērā dažādi faktori un apstākļi. Pētniece Aija van der Steinas pētījumā par Latvijas tūrisma nozares konkurētspēju un izaicinājumiem, viņa uzsvēra, ka konkurētspēju pasaules mērogā nosaka valsts, nozares un uzņēmumu konkurētspēja. Pēc viņas teiktā, tie ir trīs galvenie faktori, kas savstarpēji mijiedarbojās. Viņa uzsvēra, ka tūrisma nozare ir tik spēcīga, cik spēcīgi ir tās uzņēmumi. Eksperte skaidroja, ka dalīšanās ekonomika ir pakalpojumu nozares nākotne, līdz ar to ir svarīgi izstrādāt vienotu koncepciju, lai būtu skaidri minētās darbības nosakošie principi gan uzņēmumu, gan individuālā komersanta līmenī. Nākamais nozares konkurētspējas veicināšanas virziens, pēc van der Steinas teiktā, ir darījumu tūrisma (MICE) attīstība. Eksperte uzsvēra, ka vēl viens darbības virziens, pie kura jāstrādā tūrisma nozares konkurētspējas veicināšanai, ir Latvijas tūrisma zīmola stiprināšana un mārketings. (LETA, 2018)

Prioritārs tūrisma uzņēmēju un pašvaldību uzdevums ir turpināt veidot atraktīvus, inovatīvus, unikālus kultūras, dabas, veselības tūrisma produktus, it sevišķi reģionos. Tiek uzsvērta nepieciešamība pēc starptautisku kultūras pasākumu organizēšanas. Lai nodrošinātu pasākumu piedāvājumu ilgtermiņā, nepieciešams skaidri zināt pasākumu organizēšanas regularitāti, kā arī ir nepieciešama pasākumu plāna laicīga pieejamība (vismaz vienu gadu iepriekš). Muzeju piedāvājums ir jāveido atbilstoši mūsdienu pieprasījumam un tehnoloģijām. Joprojām ir vērojama situācija, ka muzeju darba laiks neatbilst tūrisma pieprasījumam ("pagarinātās nedēļas nogales" pieprasījums pilsētās pieaug, bet vairāki muzeji ir pirmdienās slēgti). Latvijā ir neliels skaits UNESCO mantojuma objektu, ir jāapzina jauno objektu iekļaušanas potenciāls. Jāaktivizē jau UNESCO sarakstā iekļautā mantojuma izmantošana un komunikācija, piemēram, piedāvājot Nemateriālā mantojuma piedzīvošanas iespējas (produkti vai iespēja piedzīvot realitātē, piemēram, piedalīties kora mēģinājumos vai vietējos koncertos). (Latvijas Tūrisma nozares analīze, 2019)

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma mērķis ir identificēt Latvijas tūrisma nozares galvenos izaicinājumus, kas var ietekmēt nozares attīstību un konkurētspēju starptautiskā līmenī. Pētījuma analīzes periods aptver laika periodu no 2023.gada 5. februāra līdz 2023.gada 17. martam.

Pētījuma metodoloģija ietver trīs galvenās metodes: literatūras un interneta resursu analīzi, sekundāro datu analīzi, kā arī intervija ar Latvijas Lauku tūrisma asociācijas "Lauku ceļotājs" pārstāvi. Intervijas mērķis bija saņemt eksperta viedokli un ieskatu par nozares situāciju un attīstības perspektīvām, kā arī identificēt izaicinājumus un ieteikt iespējamos risinājumus. Intervijas gaitā tika uzdoti vairāki jautājumi, kas attiecas uz tūrisma nozares attīstību Latvijā, konkurences stāvokli, pievilcības faktoriem, izaicinājumiem un problēmām, kā arī iespējamiem risinājumiem un ieteikumiem. Intervijas datu analīze sniedza iespēju iegūt kvalitatīvus datus no pieredzējuša nozares eksperta, kas sniedza vērtīgu ieguldījumu pētījuma rezultātu interpretācijā un secinājumu veidošanā.

Pētījuma autore izmanto aprakstošo statistikas metodi, lai apstrādātu iegūtos datus no sekundāro datu analīzes. Intervijas laikā tiek izmantota transkripcija, lai iegūtos dati tiktu precīzi dokumentēti un analizēti. Turklāt, pētījuma autore veic grafisko analīzi, lai vizualizētu datus un iegūtu pārskatāmu informāciju.

Pētījuma rezultāti

Pētījuma ietvaros tika veikta intervija ar Latvijas lauku tūrisma asociācija "Lauku ceļotājs" pārstāvi Asnāti Ziemeli. Intervijā sniegtā informācija sniedza padziļinātu skatījumu uz tūrisma nozari. Eksperte specializējas lauku tūrismā.

Tika uzdots jautājumi kā Latvijas lauku tūrisma saimniecības izskatās salīdzinājumā ar Baltijas valstīm, Eiropu? Vai un kādas ir Latvijas priekšrocības, un pie kā būtu jāpiestrādā?

Eksperte atbildēja, ka Latvijā ir ļoti daudzi uzņēmēji, kuri nav tikai tūrisma nozares. Latvijā esot ļoti daudz mazu ražotāju, kas tūrismam ir ļoti svarīgi, un viņiem ir svarīgi tūristi, kas ir lielākie produkcijas atpazīstamības veidotāji un arī tiešie pircēji. Daudzi arī tādēļ brauc uz laukiem, lai iegādātos produkciju, redzētu, kā tā top, un vēlāk atgrieztos. Tā Latvijā ir milzīga priekšrocība. Kad tiek veidotas programmas, kurās ne tikai nakšņošana un ēdināšana ir svarīga, bet arī vēlme kaut ko apskatīt, gan tradicionālas, gan modernas vietas, tad Latvijā šādu programmu ir daudz vieglāk izveidot nekā Lietuvā un Igaunijā,

piemēram. To var redzēt bieži, gan organizējot žurnālistu braucienus, gan veidojot tūrisma produktus. Tagad ir jauns produkts, ko sauc par "Lauku dzīvesveidu", Latvijā tas ir daudz vieglāk veidojams nekā pārējās kaimiņvalstīs, nemaz nerunājot par Skandināvijas valstīm, kur ļoti maz cilvēku ir ar mieru savu laiku pavadīt ar tūristiem. Latvijā šādi cilvēki esot, un tā ir milzīga priekšrocība un vērtība.

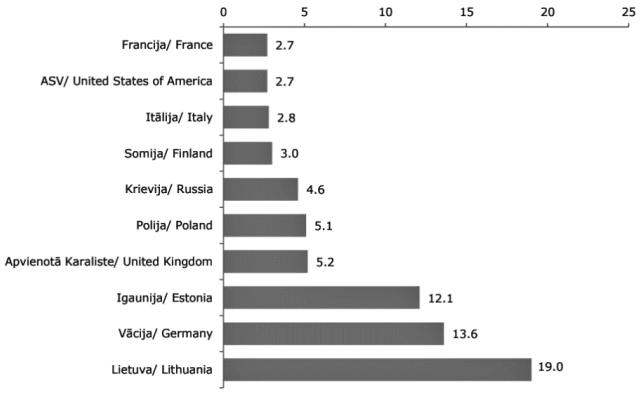
1. tabula. Ārvalstu ceļotāju vairāku dienu braucieni (Avots: CSP dati, 2023)

Gads	Braucieni, tūkst.	Pavadītās naktis, tūkst.	Kopējie izdevumi Latvijā, milj. eiro	Viena ceļotāja vidējie izdevumi diennaktī, eiro
2017	1949	8865	534	60
2018	1946	7864	517	66
2019	1935	8266	538	65
2020	636	2889	145	50
2021	478	2847	145	51

1.tabulā aplūkojami ārvalstu ceļotāju vairāku dienu braucieni. Pēc datiem redzama būtiska atšķirība salīdzinot pēdējo gadu rādītājus. 2017. gadā braucienu skaits sasniedza 1949 tūkstošus, bet 2021. gadā šis skaitlis sarucis līdz 478 tūkstošiem. Kopējie ārvalstu ceļotāju rādītāji arī spilgti ataino vīrusa Covid – 19 radītās sekas, 2019. gadā kopējie izdevumi Latvijā no ārzemnieku ceļotāju puses bija 538 miljoni eiro, 2021. gadā šī summa sarukusi līdz tikai 145 miljoniem eiro.

Izpētot interneta un literatūras avotus, ir skaidrs, ka situācija normalizējas atšķirīgi tūrisma nozarē. Intervijas ietvaros ekspertei tika jautāts, cik ilgs laiks varētu būt nepieciešams, lai rādītāji sasniegtu pirms Covid – 19 rezultātus.

A. Ziemele minēja, ka vērtējot tūrisma nozari redzama stabils tūrisma nozares atkopšanos pēc Covid-19 pandēmijas radītās negatīvās ietekmes. Arī 2023. gads varētu būt sarežģīts daudziem uzņēmumiem, bet laikam ejot, uzņēmumi atrod veidu kā pielāgoties straujajai apstākļu maiņai, saglabāt nozares vadošos spēlētājus, arī radušies jauni industrijas pārstāvji, kas veiksmīgi startē šajos apstākļos. Nozarē strādājošie ir apņēmības pilni turpināt augt un attīstīties ar vēl lielāku sparu, jo tic, ka šis gads būs sekmīgāks nekā pērnais – 2023.gadā spēsim sasniegt un pārsniegt 2019.gada rādītājus.



1.att. Ārvalstu viesu sadalījums pa valstīm; 2021 (Avots: Tūrisms Latvijā, 2022)

1.attēlā aplūkojams ārvalstu viesu sadalījums pa valstīm. 2021. gadā vislielākais tūristu skats bija no Lietuvas, tad sekoja Vācija, un Igaunija.

Atsaucoties uz tūrisma pētniecības centra vadītāja Ērika Lingbērziņa teikto, var secināt, ka trūkst viesu, kas tieši izvēlētos braukt uz Latviju un to redzētu kā primāro izvēli. Tas attiecīgi parādās daudzos citos rādītājos, kas ir gan nakšņošanu sadalījums, gan izteiktā koncentrācija Rīgā, Pierīgā, Jūrmalā, Siguldā. Ceļotāju uzturēšanās ilgums nepieaug, kas noved pie tā, ka tiek radīti dažādi interesanti, jauni, saturiski piedāvājumi, bet tos neizdodas nozarei eksportēt tālāk un gūt no tā ekonomisku labumu.

Latvijas Lauku tūrisma asociācijas "Lauku ceļotājs" pārstāvei tika uzdots jautājums - vai ārvalstu tūristi Latviju apmeklē maz saistībā ar bažām, ka Latvija atrodas pārāk tuvu Ukrainai?

A. Ziemele atbildēja, ka nemaz nerunājot par tālajiem tirgiem kā ASV, Āzijas valstis, Austrālija. Tiem, kas nav no Eiropas, liekas, ka mēs visi te karojam un mums netīšām kuru katru dienu var uzkrist bumba, jo esam tik tuvu. Visas valstis, kas robežojas ar Krieviju, viņiem liekas nedrošas un ir milzīgs bieds. Bet arī citviet Eiropā faktiski domā tāpat. Ar norvēģiem un zviedriem runāju, kas ir tepat un arī viņiem ir robeža ar Krieviju, arī viņi saka, ka drošības labad uz austrumiem šogad nebrauks, tikai uz otru pusi. Arī eiropieši uzskata, ka Krievija ir mums par tuvu, un tikai paši drosmīgākie atbrauca.

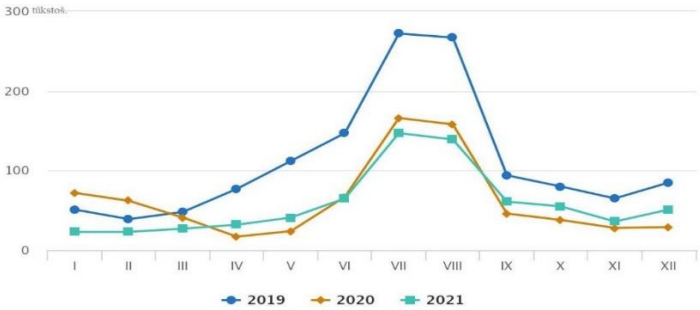
A. Ziemelei tika vaicāts kādi, pēc viņas domām, ir Latvijas tūrisma nozares galvenie izaicinājumi?

Eksperte atbildēja, ir novērojams ļoti liels pieprasījums pēc ceļojumiem, tomēr pandēmijas radītās sekas ir atstājušas negatīvu ietekmi, un nākas saskarties ar jauniem izaicinājumiem un satricinājumiem – darbinieku trūkumu, aviokompāniju nespēju apmierināt pieaugošo pieprasījumu. Tāpat, ņemot vērā ģeopolitiskos notikumus, ļoti nopietna ir bijusi ietekme uz cenām, to pieaugumu saistībā ar energoresursu un degvielas izmaksu palielinājumu. Savukārt Latvijas ienākošajā tūrismā atkopšanās ir vērojama lēnāka nekā cituviet Eiropā, kā iemesls tam ir Krievijas izvērstā karadarbība Ukrainā.

Nevienam nav noslēpums, ka viena no nozarēm, ko pandēmija ietekmējusi visvairāk, ir tieši tūrisms. Un liela daļa sabiedrības dzirdējuši arī mudinājumu vienkārši pārkvalificēties. Pārkvalificēšanas laiks ir pagājis, turklāt, mudinot nozares darbiniekus aktīvi mainīt profesiju, pastāv risks, ka, nākotnē izjutīsim kvalificēta un profesionāla darbaspēka trūkumu. A.Ziemelei tika vaicāts kāda situācija ar darbaspēku pašlaik, ņemot vērā to, ka viesmīlības nozarē tas ievērojami samazinājās pandēmijas laikā.

Ekspete atbildēja, ka salīdzinājumā ar vasaru darbinieku skaits ir samazināts, vairs nav ukraiņu, studentu, sezonas darbinieku, tagad ir palikuši tikai labākie pastāvīgie darbinieki. Savukārt pilīm ir nepieciešams vairāk darbinieku nekā iepriekš, jo arī pieprasījums ir lielāks.Lauku tūrisma nozarē ļoti jūtams ir pavāru trūkums, faktiski pavārus nevar dabūt. Jaunieši brauc uz Rīgu un ārzemēm un tur arī paliek, viņus nozarei ir ļoti grūti piesaistīt. Tagad ļoti daudzi saimnieki paši ir pavāri, jo nekas cits jau neatliek, arī tīra istabas un grābj lapas.

Latvijā 2021. gadā tika pavadīti 700,9 tūkst. viesnakšu, kas rezervētas kādā no četrām digitālajām platformām – Booking, Airbnb, Expedia un Tripadvisor, liecina jaunākie Centrālās statistikas pārvaldes un Eiropas statistikas biroja Eurostat sadarbības projektā iegūtie dati. Tas ir par 6,2 % mazāk nekā 2020. gadā, kad rezervēto viesnakšu skaits bija 747,6 tūkst. un par 47,6 % mazāk nekā 2019. gadā pirms pandēmijas, kad rezervēto viesnakšu skaits sasniedza 1,3 milj. nakšu.



2.att. Viesnaktis mītnēs, kas rezervētas tiešsaistes platformās 2019. gadam – 2021. gadam (Avots: CSP, 2022)

Pandēmijas ietekmē būtiski samazinoties ārvalstu viesu skaitam, pieaudzis vietējo viesu rezervēto viesnakšu īpatsvars, salīdzinot ar iepriekšējiem gadiem. Proti, 2021. gadā pusi (50,5 %) viesnakšu digitālajās platformās rezervēja vietējie viesi, pusi (49,5 %) – ārvalstu, savukārt 2020. gadā ārvalstu viesu rezervētās viesnaktis veidoja 67,8 %, bet 2019. gadā – 87,4 % no visām. Vidēji viena rezervācija šajās mītnēs bija 6,2 naktis, t.sk. ārvalstu viesiem – 9,7 , bet vietējiem – 4,6 naktis. Vidējais rezervēto viesnakšu skaits raksturo vienas rezervācijas apjomīgumu un tiek iegūts, kopējo rezervēto viesnakšu skaitu dalot ar rezervāciju skaitu. Lielākoties rezervētās mītnes ir ar ietilpību līdz 10 gultas vietām (93,5 % rezervēto nakšu).

Ekspertei tika vaicāts kāda ir lauku tūrisma uzņēmumu sadarbība ar platformām, piemēram, "booking" un "airbnb"? Vai nu jau šajās platformās tiek veiktas lielākā daļa rezervāciju.

A. Ziemele atbildēja, ka esot ļoti dažādi, īpaši tagad, kad nesezonā ir saimnieki, kas savus kontus platformās ir aizvēruši un nepieņem vairs rezervācijas, ir tikai tiešās rezervācijas.

Protams, laikos, kad ir grūti izdzīvot kā tagad, jebkurš procents, kas aiziet uz Nīderlandi, ir sāpīgi. Tie ir 15%, un uzņēmējam šajos laikos tas nav maz, īpaši nesezonā. Ikvienam ceļotājam, kuram nav grūti uzrakstīt e-pastu vai atvērt viesu mājas mājaslapu, ir vērts to darīt pa tiešo, nevis caur platformām.

Secinājumi

Latvijas tūrisma nozarei ir jārisina dažādi izaicinājumi, piemēram, Covid – 19 radītās sekas, darbinieku trūkums, cenām saistītie izaicinājumi un Krievijas izvērstā karadarbība Ukrainā, kas ietekmē ienākošo tūrismu. Trūkst viesu, kas izvēlētos braukt uz Latviju kā primāro izvēli, un tas izpaužas dažādos rādītājos, tostarp nakšņošanu sadalījumā un koncentrācijā Rīgā, Pierīgā, Jūrmalā, Siguldā. Krievijas izvērstā karadarbība Ukrainā ir iemesls tam, ka Latvijas ienākošajā tūrismā atkopšanās notika lēnāk nekā cituviet Eiropā. Ceļotāju uzturēšanās ilgums nepieaug, kas noved pie tā, ka dažādus jaunus piedāvājumus neizdodas nozarei eksportēt tālāk un gūt no tā ekonomisku labumu. Latvijā ir vieglāk veidot programmas, kas ietver gan nakšņošanu un ēdināšanu, gan apskates vietu apmeklējumus, nekā citās Baltijas valstīs vai Skandināvijas valstīs.

Izpētot par nozari pieejamos datus un gūstot papildus informāciju no nozares eksperta, darba autore izstrādājusi ieteikumus attīstības palielināšanai. Pirmkārt, inovatīvas produktu attīstības veicināšana – veidot jaunus tūrisma produktus, kas būtu saistoši un unikāli, kā arī vērsti uz ilgtspējīgu attīstību. Piemēram, piedāvāt tūrisma maršrutus, kas ļautu iepazīt Latvijas dabas un kultūras mantojumu. Digitālā tūrisma attīstība – izmantot digitālās tehnoloģijas, lai uzlabotu tūrisma produktu pārdošanu, kā arī

veicinātu tūrisma uzņēmumu un vietējo iedzīvotāju sadarbību. Tas varētu ietvert tūrisma informācijas portālu un mobilo lietotņu izveidi. Mūsdienīgu infrastruktūru attīstība – ieguldīt infrastruktūrā, kas veicinātu tūrisma nozares attīstību, piemēram, uzlabotās transporta sistēmas, modernizētas viesnīcas un atpūtas kompleksu būvniecība. Ilgtspējīgas attīstības veicināšana – pievērst uzmanību ilgtspējīgas attīstības principiem un rūpēties par vides aizsardzību, lai nodrošinātu Latvijas tūrisma nozares ilgtspējīgu attīstību nākotnē.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Dienas Bizness (2020). *Tūrisma nozare Latvijā piedzīvo vēsturiski smagāko krīzi.* Elektroniskais resurss [skatīts 09.03.2023]. Pieejams: https://www.db.lv/zinas/turisma-nozare-latvija-piedzivo-vesturiski-smagako-krizi-497364

Ekonomikas Ministrija (2021). *Latvijas tūrisma attīstības rīcības plāns 2021. – 2027. gadam.* Elektroniskais resurss [skatīts 20.02.2023]. Pieejams: https://www.em.gov.lv/sites/em/files/turisma_ricibas_plans_2021_202720brandtour_final201.pdf

Latvijas Sabiedriskie Mediji (2021). *Starptautiskā tūrisma nozares atkopšanos prognozē tikai 2023. gadā.* Elektroniskais resurss [skatīts 15.02.2023]. Pieejams: https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/starptautiska-turisma-nozares-atkopsanos-prognoze-tikai-2023-gada.a387965/

Latvijas Sabiedriskie Mediji (2019). *Šogad Latvijā ir vismazākais tūristu skaita pieaugums Eiropā – ap 1%.* Elektroniskais resurss [skatīts 15.02.2023]. Pieejams:https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/sogad-latvija-ir-vismazakais-turistu-skaita-pieaugums-eiropa--ap-1.a332320/

Oficiālās Statistikas Portāls (2022). *2021. gadā samazinājies Booking, Airbnb, Expedia un Tripadvisor rezervēto viesnakšu skaits Latvijā.* Elektroniskais resurss [skatīts 03.03.2023]. Pieejams: https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/noz/turisms/preses-relizes/14220-booking-airbnb-expedia-un-tripadvisor-rezervetas

Rīgas apriņķa portāls (2018). *Eksperte: Latvijas tūrisma nozares konkurētspējas veicināšanai joprojām trūkst vienotas darbības stratēģijas.* Elektroniskais resurss [skatīts 26.02.2023]. Pieejams:http://m.aprinkis.lv/kultura/item/43030-eksperte-latvijas-turisma-nozares-konkuretspejas-veicinasanai-joprojam-trukst-vienotas-darbibas-strategijas

The World Bank (2022). *Tourism and Competitiveness.* Elektroniskais resurss [skatīts 27.02.2023]. Pieejams: https://www.worldbank.org/en/topic/competitiveness/brief/tourism-and-competitiveness

Tv3.lv (2023). *PTO: Starptautisko tūristu skaits pērn dubultojies.* Elektroniskais resurss [skatīts 02.03.2023]. Pieejams: https://zinas.tv3.lv/arvalstis/pto-starptautisko-turistu-skaits-pern-dubultojies/

Baiba Šarkeviča. BĒRNU IZKLAIDES UZŅĒMUMA ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS VENTSPILĪ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: baibasarkevica@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Bērnu izklaides telpas noteikti sniedz bērniem, kā arī viņu vecākiem pozitīvas emocijas, kas ļautu viņiem atgriezties arī turpmāk, lai būtu kopā svētku brīžos. Lai izvairītos no nepatīkamas pieredzes, ir svarīgi sniegt kvalitātīvus, kā arī nodrošināt veselībai drošus pakalpojumus (Patērētāju tiesību aizsardzības centrs, 2020). Bērnu dzimšanas dienu svinēšana bērnu svētku telpā joprojām ir aktuāla un populāra izklaides iespēja. Bērnu svētku telpas piedāvā dažādus pakalpojumus, dekorējumus, dažādas animācijas programmas, spēles, rotaļu iekārtas, kas būtu piemēroti bērnu vecumam un interesēm. Tāpēc bērnu svētku telpas var būt labs risinājums, lai bērnu dzimšanas diena būtu īpaša un aizraujoša. Bet bērnu izklaides nozare šobrīd ir tik aizņemta, ka tik pat kā nav iespējami atrast nepieciešamo pakalpojumu nedēļas nogalei tuvāko nedēļu laikā. Balstoties uz Centrālās Statistikas datiem Ventspils pilsētā kopš 2022. gāda dzīvo 4191 bērni vecuma grupā no 0-12 gadiem un pēc interneta resursu pieejamiem datiem, bērnu svetku, telpas piedāvā 3 uzņēmēji un pēc Lursoft datiem, Ventpils pilsētā nav uzņēmumu, kuri piedāvātu nelielu izklaides centru bērniem ar svētku telpu piedāvājumu.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot vai bērnu izklaides, svētku telpai būtu pieprasījums un attīstības iespējas Ventspilī.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze, anketēšana, grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Ar anketas palīdzību tika noskaidrots vai Ventspils pilsētā būtu nepieciešama bērnu izklaides, svētku telpas izveide.

Atslēgas vārdi: uzņēmums; izklaide; bērni; attīstība; svētku telpa.

Ievads

Atveroties arvien vairāk bērnu izklaides centriem, tas vienozīmīgi atvieglo ģimeņu aktivitātes un tas ir galvenais faktors, kas noteiktā periodā veicinās ieņēmumu pieaugumu. Tāpēc arī uzņēmējdarbības veicēji atver arvien vairāk jaunus izklaides centrus, lai piesaistītu klientus, palielinot uzticamību un peļņu. Savukārt, tā kā āra izklaides parki ir samērā lieli, kā arī inforstruktūras izmaksas ir ievērojami lielas un tas ir dārgs process, mazāku iekštelpu rotaļu laukumi un izklaides centri ir populāri un kļūst arvien populārāki. (Family Indoor Entertainment Market, 2021)

Pētījuma mērķis bija noskaidrot vai bērnu izklaides, svētku telpai būtu pieprasījums un attīstības iespējas Ventspilī. Pētījuma uzdevumi bija šādi: izanalizēt bērnu izklaides nozari; veikt iedzīvotāju aptauju; izstrādāt secinājumus. Pētījuma metodes ietvera interneta resursu analīzi, anketēšanu, grafisko analīzi.

Analītiskais apskats

Bērnu izklaides centri, parki ir tādas atpūtas vietas, kas spēj atvieglot cilvēkiem izklaidi ar fiziskām aktivitātēm, spēlēm. Par nelieliem atrakciju parkiem parasti sauc bērnu izklaides centrus, kas apkalpo plašā mērogā vietējos iedzīvotājus. Šāda veida centri ir domāti, lai visa ģimene būtu iesaistīta, parasti par ievērojamu mazāku summu uz vienu ģimenes locekli. Šobrīd bērnu izklaides centri piedāvā daudz dažādus izklaides veidus, piemēram, spēļu konsoles, viedeospēles, iekštelpu rotaļu iekārtas, mīkstās rotaļu zonas, elekrtiskās mašīnītes un vēl daudz citas nodarbes. Ir arī iespējas bērnu izklaides zonās rīkot privātas svinības, piemēram, dzimšanas dienas ballītes, korporatīvos pasākumus. (Children Entertainment Centers Market, 2019)

Ietekmējošie faktori. Tā kā dažādu spēļu un izklaides iespēju augstajai pieejamībai, ir svarīgs faktors, kas noteiktā periodā sekmēs bērnu izklaides centru tirgus izaugsmi. Vēl viens nozīmīgs faktors, kas palielinājis izklaides centru apmeklējumu skaitu ir tas, ka privātpersonu, tas ir vecāku ienākumi pieaug, tādā veidā ir iespēja kvalitātīvi pavadīt laiku kopā ar saviem bērniem un tuviniekiem. Bet galvenais faktors, kas noteiktā mērā kavēs tirgus attīstību ir tas, ka ir nepieciešamas sākotnējās investīcijas, kas nepieciešamas bērnu izklaides centra attīstībā. (Children Entertainment Centers Market, 2019)

Veidi kā izcelt bērnu izklaides centrus:

- Augsto tehnoloģiju attēla projicēšana- sajaucot piepūšamās atrakcijas, batutus un klišu sienas ar modernākām atrakcijām, klienti var kļūt vēl priecīgāki un tas ļaus viņiem atgrizties. Tas attiecas uz mūsdienām, jo bērni ir pieraduši pie viedtālruņiem, planšetdatoriem un citām aizraujošajām tehnoloģijām. Tas, jo īpaši attiecas uz šodienu, kad bērni ir pieraduši pie viedtālruņiem, planšetdatoriem un citām interaktīvām tehnoloģijām.
- Apkalpojot mazākus bērnus- bērnu izklaides centri cenšas piedāvāt atrakcijas bērniem līdz pat sešiem gadiem, bet viņus var fiziski nobiedēt lielāki bērni, kuri, piemēram, spēlējas uz batutiem, vai arī viņiem trūkst noteikts vecums, kas nepieciešams atrakcijas izmantošanai. Parasti ģimenes, kuriem ir vairāki bērni ir noteikti viens bērns, kuram mazāk nekā seši gadi, ja šim bērnam nebūs piemēroti atrakciju veidi, ģimenes domās, vai vērts atgriezties bērnu izklaides centrā. Uzņēmēji, kuri nodarbojas ar bērnu izklaides centriem, bieži vien nodrošina atdalītu spēļu zonu mazākiem bērniem, kur tiek nodrošinātas noteiktas atrakcijas tam paredzētajam vecumam.
- Iesaistot bērnu vecākus bērnu izklaides centrā- vecāki ir tie, kas ved bērnus uz bērnu izklaides centriem, lai arī bērni ir primārie klienti. Bērni nevar spēlēties ar saviem vecākiem bērnu izklaides centros, jo atarkcijas nav pieaugušajiem un tāpēc, kamēr bērni izklaidējas vieni paši, vecāki sēž savos viedtālruņos. Bērnu izklaides centri, kuri spēj nodrošināt vecāku un bērnu izklaidi, izceļas vienozīmīgi no pārējā pūļa.
- Samazināt personāla izmaksas- tieši darbinieku izmaksas atņēm lielāko daļu peļņas bērnu izklaides centram, jo to var ietekmēt normatīvie akti, ka pie katras atrakcijas ir jānovieto kāds darbienieks. Ir jāizvēlas tādas atrakcijas, kur nav nepieciešams šis noteiktais darbinieks.
- Apvienot atrakcijas ar modernām tehnoloģijām- daudzos bērnu izklaides centros, tiek piedāvāts rīkot bērnu dzimšanas dienas svinības. Tie uzņēmēji, kuri izmanto ekluzīvas atrakcijas, kuras drīkst izmantot tikai tie klienti, kuri ir rezervējuši svētku telpu. Piemēram, interaktīvais rotaļu laukums, kas tiek demonstrēts ekskluzīvā svētku telpā, tādā veidā nodrošinot uzņēmuma ieguldījumu atdevi vairākkārtīgi. (Ariel, 2019)

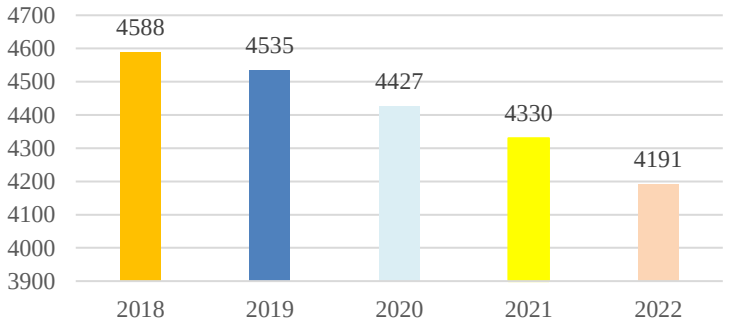
*Bērnu izklaides centru tirgus tendences***.** Ienākot bērnu izklaides centriem lielpilsētās un tas, ka bērni tiecas uz izklaides centriem pavadīt brīvo laiku ir daži no primārajiem veidiem, kas virza bērnu izklaides centru tirgu. Kā arī pieaugot urbanizācijai, palielinoties esošajiem ienākumiem, tas vēl vairāk palielina šī tirgus izaugsmi. Turklāt globālā tirgus katalizātors ir tas, ka ieejas maksa un pārtikas uzņēmumu integrācija ar bērnu izklaides centros, tie var piedāvat savus pakalpojumus un produktus, kas ir tiešais ienākumu avots. Ieviešot virtuālās realitātes spēles un trīsdimensiju tehnoloģijas un konsoles bērnu izklaides centros, tiek piedāvata aizraujoša pieredze, tādā veidā tas darbojas kā svarīga izaugsmes veicināšanas iespēja. (Kargeti, 2023)

Pētījuma metodoloģija

Lai sasniegtu izvirzītos mērķus daba autore izveidoja anketu, kas bija paredzēta Ventspils iedzīvotājiem. Uz aptauju atsaucās 58 respondenti. Anketa ir pētījuma instruments, izstrādāta tā, lai gūtu priekšstatu, vai bērnu izklaides centrs būtu nepieciešams Ventspils pilsētā. Aptauja tika veikta anonīma.

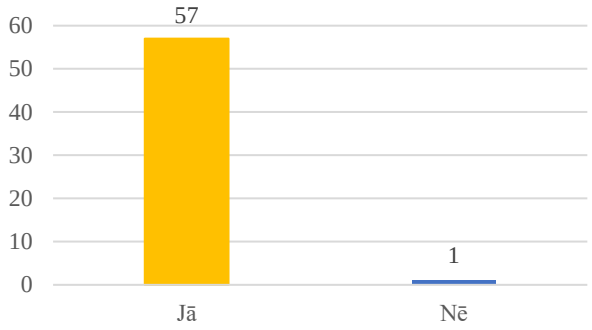
Pētījuma rezultāti

Lai veiktu pētījumu par bērnu izklaides centra aktualitāti, autore apskatīja statistiskos datus par pēdējiem pieciem gadiem, cik daudz bērnu no 0-12 gadiem dzīvo Ventspils pilsētā. Apskatot vietnes csb.lv vietnes datus par bērnu vecuma grupas no 0-12 gadiem. Autorei apkopojot csb.gov.lv sniegtos datus par bērnu daudzumu vecumu grupā no 0-12 gadiem, periodā no 2018.-2022. gadam, nākas secināt to, ka Ventpils valsts pilsētā bērnu skaits ar katru gadu samazinās, kopš 2018. gada līdz pat 2022. gadam, bērnu skaits ir samazinājies par 397 bērniem jeb par 8,7%. (sk. 1. att)



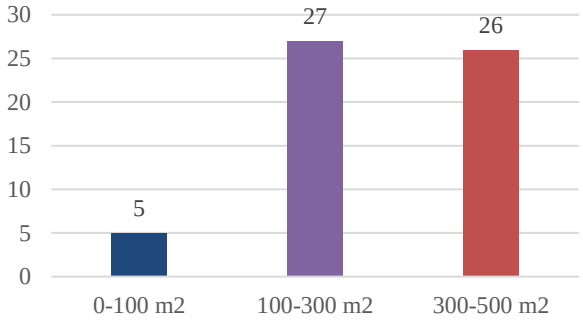
1.att. Bērnu skaits Ventspils pilsētā vecuma grupā no 0-12 no 2018.- 2022. gadam
(Avots: autora datu apkopojums CSB, 2023)

Aptaujas rezultāti liecina par to, ka Ventspils iedzīvotājiem ir interese par to, lai tiktu atvērta jauna bērnu izklaides, svētku telpa.



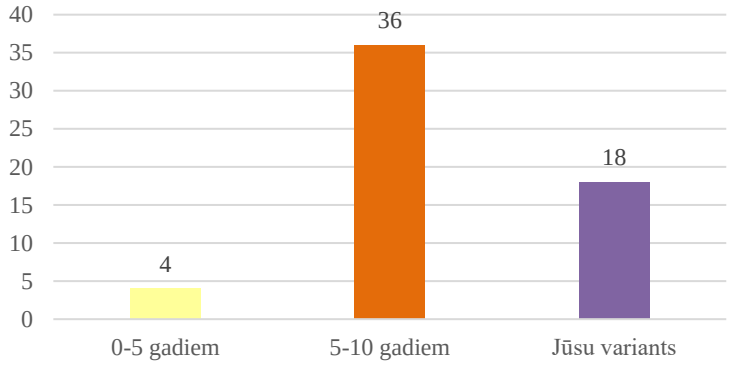
2. att. Cik cilvēki ir par to, lai Ventspils pilsētā būtu bērnu izklaides, svētku telpa (Avots: Autora veidots grafiks, 2023).

Lielākā aptaujāto daļa ir par lielām bērnu izklaides svētku telpām, kas apliecina to, ka maza izmēra telpas ir pietiekošā daudzumā un trūkst tieši lielākas platības bernu izklaides svētku telpu.



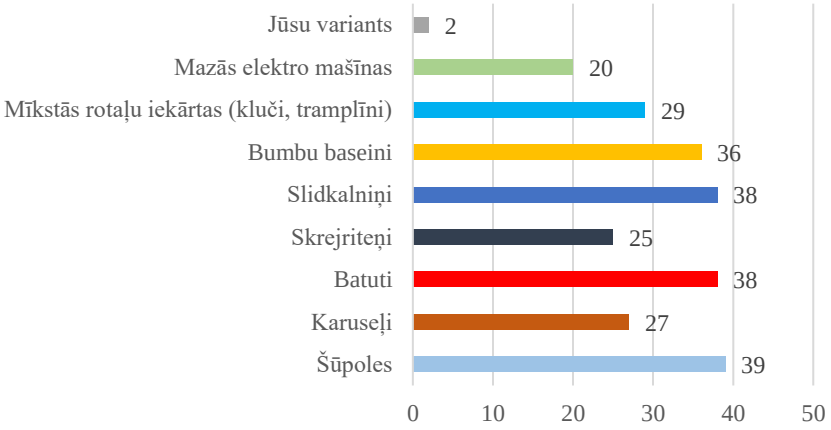
3. att. Cik cilvēki ir par to, cik plašām ir jābūt bērnu izklaides, svētku telpām. (Avots: Autora veidots grafiks, 2023).

Vecuma grupas noteikšanas grafiks (sk. 4. att) liecina par to, ka lielākā aktualitāte ir tieši bērnu vecuma grupai no 5-10 gadiem. Kas savukārt sniedz informāciju, kura ir svarīga pie bērnu izklaides telpu ierīkošanas un bērnu izklaites aprīkojuma iepirkuma. Toties īpašu uzmanību ir jāpievērš variantam, kur tika norādīts savs atbilžu variants, kur attiecīgi varāki ir izteikušies par gadiem, tieši par varaintu, ka vecākiem bērniem līdz 15 gadu vecumam izklaides vieta būtu aktuāla. Tas nozīmē, ka ir nopietni un smalki jaizpēta dāžāda vecuma bērnu intereses, kuras būtu iespējams realizēt izklaides centrā.



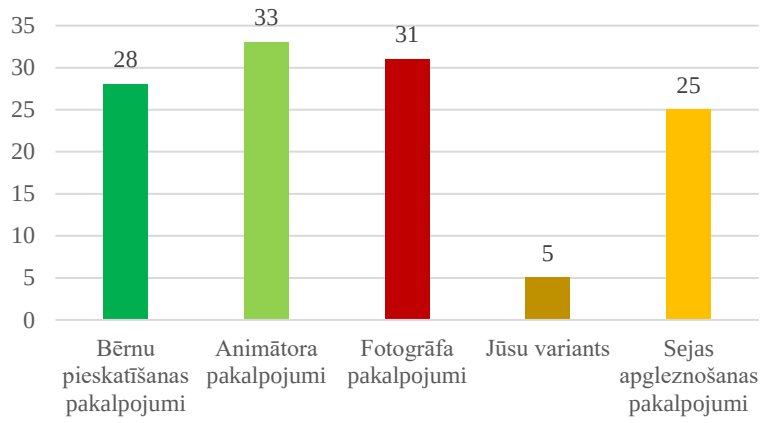
4. att. Cik cilvēki uzskata, kādai vecuma grupa būtu vispiemērots bērni izklaides, svētku telpas (Avots: autora veidots grafiks, 2023).

Šī grafika dati ir kā papildinājums iepriekšējām grafikam (sk. 4. att.) Šie dati ļauj uzvērtēt kādas izklaides cilvēkiem ir aktuālas un nav zaudējušas savu aktualitāti. Attiecīgi tas dod iespēju gudri izplānot līdzekļus un realizēt unikālas un brīžiem pat ambiciozas idejas. Tā kā uz šo jautājumu varēja sniegt vairāk par vienu atbildi, respondenti atzīmējuši pēc saviem uzskatiem, kuras no iekārtām vai tehnikām būtu aktuāla un būtu nepieciešama bērnu izklaides centram.



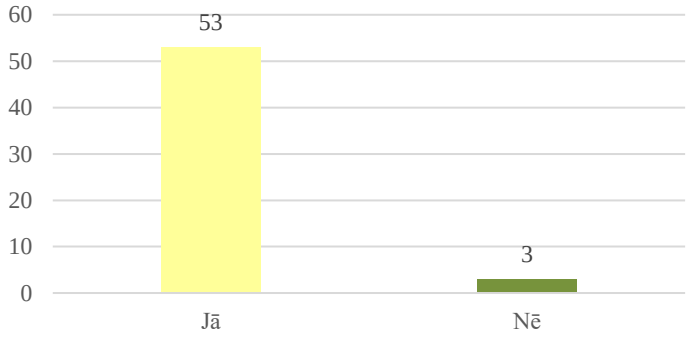
5. att. Cik daudz atbilžu ir sniegts par to, kādas rotaļu iekārtas vēlētos redzēt šajā centrā (Avots: autora veidots grafiks, 2023).

Pēc dotā grafika var secināt, ka ir nepieciešams laicīgi noslēgt vienošanos ar visiem grafikā minētiem pakalpojumu varintu sniedzējiem, jo visi varianti ir ar līdzīgu balsu skaitu. Un pēc grafika var spriest, ka vadošu lomu ieņem animātora pakalpojumi un tad seko pārējie papildpakalpojumi. Un tie respondenti, kuri atzīmēja savu variantu, pierakstīja, ka būtu nepieciešama kafejnīca.



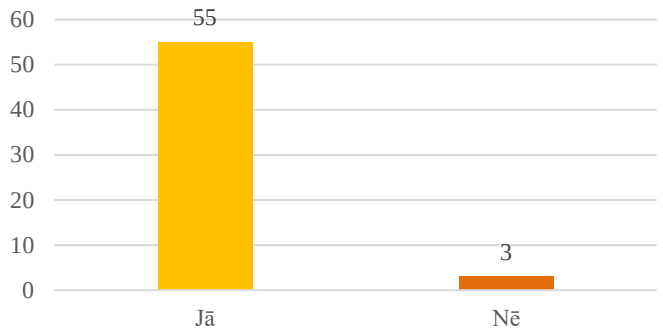
6. att. Kādus papildpakalpojumus gribētu redzēt bērnu izklaides svētku telpās (Avots: autora veidots grafiks, 2023).

Spriežot pēc izteikta pārsvara balsu skaitā, tas nozīmē, ka, ja netiks atrastas atbilstošas telpas, tab būs nepieciešami papildus izdevumi, lai veiktu teplu zonējumu. Un pēc respondentu sniegtām atbildēm (sk. 7. att.), var secināt to, ka viņi vēlētos, lai svinību telpas būtu atdalītas no pārējās izklaides zonas, netraucējot pārējos apmeklētājus.



7. att. Cik daudz cilvēku uzskata, vai bērnu izklaides, svētku telpām ir nepieciešams atsevišķi atdalīta zona priekš pasākumiem. (Avots: autora veidots grafiks, 2023).

Asaucoties uz 8. att. var secināt, ka apmeklētājiem būtu ļoti svarīgi, ja pašā bērnu izklaides centrā atrastos vieta, kur ieturēt maltīti, kad tas būtu nepieciešams, jo, ja nebūs tādas telpas, apmeklētājiem būtu jāmeklē pašiem savs risinājums vai arī ēst uz vietas izklaides zonā, kas atkal radīs papildus slogu centram, kā arī tiktu pārkāpti paša centra noteikumi. Tādā veidā apmeklētāji kļūtu neapmierināti un diez vai atgtrieztos pie pakalpojuma sniedzēja.



8. att. Respondentu atbildes par to, ka atrodoties bērnu izklaides centrā vairākas stundas vai ir nepieciešama atsevišķa telpa, lai ieturētu maltīti (Avots: autora veidots grafiks, 2023).

Secinājumi

Ventspilī bērnu skaits ar katru gadu samazinās un līdz ar to ir jāizvērtē, vai būs attīstība nākotnē bērnu izklaides, svētku centram. Ventspils iedzīvotājiem ir pieprsījums pēc lielāka izmēra bērnu izklaides, svētku telpas, kur varētu pavadīt laiku iekštelpās, sliktu laikapstākļu dēļ. Jāņem vērā to, ka šāda varianta slēgtā bērnu izklaides vieta būs lielisks papildinājums esošai lielākai Latvijā parka tipa bērnu izklaides pilsētiņai, kura kalpo par sociāli aktīvu zonu gada laika siltajos mēnešos. Pirms bērnu izklaides, svētku telpas aprīkošanas ar iekārtām ir jāveic detalizēta izpēte un citu līdzīgu izklaides vietu pieredze. Ir nopietni un smalki jaizpēta dāžāda vecuma bērnu intereses, kurus būtu iespējams realizēt izklaides centrā. Uzturoties vairākas stundas bērnu izklaides, svetku centrā būtu nepieciešama vieta, kur apmeklētāji varētu ieturēt maltīti, neizejot no centra iekštelpām, nezaudējot komfortu un sniegto pakalpojumu.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Ariel, Y. (2019). *5 ways to make family entertainment centers stand out.* Elektroniskais resurss [skatīts 17.03.2023]. Pieejams: https://joinbeam.com/family-entertainment-centers/five-ways-make-family-entertainment-center-stand-out/

Children's Entertainment Centers Market (2019). Elektroniskais resurss. [skatīts 17.03.2023]. Pieejams: https://www.alliedmarketresearch.com/children-entertainment-centers-market

Family indoor entertainment market (2021). Elektroniskais resurss. [skatīts 15.03.2023]. Pieejams: https://www.emergenresearch.com/industry-report/family-indoor-entertainment-market

Kargeti, A. (2023). *Children's Entertainment Centers Industry Report 2023-2028.* Elektroniskais resurss [25.03.2023]. Pieejams: https://www.linkedin.com/pulse/childrens-entertainment-centers-industry-report-aadhya-kargeti?trk=article-ssr-frontend-pulse_more-articles_related-content-card

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (2020). *Sniedzot pakalpojumus izklaides parkos*. Elektroniskais resurss [skatīts 15.03.2023]. Pieejams: https://www.ptac.gov.lv/lv/sniedzot-pakalpojumus-izklaides-parkos?utm_source=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

Māra Bebēka-Priede. VEGĀNU, VEĢETĀRU, BEZCUKURA, BEZLAKTOZES, BEZGLUTĒNA KONDITOREJAS NOZARES IESPĒJAS LATVIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: priedemara2@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte:. Pēdējo gadu laikā Latvijā ir redzams pieaugums, aptuveni 254% apmērā, pēc pārtikas produktiem un izstrādājumiem bez glutēna, laktozes un cukura, kas pieder arī pie vegānu un veģetāriešu dzīvesstila. Bet veikalu plauktos un citās ēdināšanas vietās ir grūti atrast pārtikas produktus un izstrādājumus, kas tikai balstās uz šādiem īpašiem nosacījumiem. Katrs 10 Latvijas iedzīvotājs nemaz nedrīkst lietot cukuru, laktozi, glutēnu, jo to ķermenis to nespēj panest un ārpus mājām nespēj atrast alternatīvas.

Pētījuma mērķis: Šī pētījuma mērķis ir izvērtēt vegānisku, veģetāru, bezglutēna, bezcukura, bezlaktozes konditorejas iespējas Latvijā.

Pētījuma metodes: Pētījuma rakstā tika izmantotas vispārzinātniskās metodes un sekundāro datu analīze. Datu apstrādei tika izmantotas literatūras un elektronisko avotu analīze, apkopošana, primārās informācijas iegūšana respondentu anketēšanas veidā analizēšana, iegūtās informācijas grupēšana, apstrāde, datu grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Apkopojot visus datus, gan teorētiskos, gan pēc pētījuma rezultātiem, var secināt to, ka Latvijas iedzīvotāji vēlās izmēģināt vai jau lieto šādus produktus un izstrādājumus, bet ir neapmierināti ar piedāvājumu veikalos un citos tuvējos ēdināšanas uzņēmumos. Lai to mainītu konditorejas nozare var piedāvāt uzņēmumu, kas tikai balstās uz šādu produkciju ražošanu patērētājiem. Gandrīz katrs iedzīvotājs vismaz vienu reizi izmēģinātu šādas konditorejas izstrādājumus un vēlētos šādu uzņēmumu, kas balstās uz cukura, laktozes, glutēna, gaļas, olu utml. produktu neizmantošanu konditorejas izstrādājuma ražošanā. Vislielākais pieprasījums pēc šāda uzņēmuma atrastos Rīgas pilsētas teritorijā.

Atslēgas vārdi: konditoreja; vegāns; veģetārietis: glutēns; laktoze.

Ievads

Pasaulē pieaug to cilvēku skaits, kas izvēlās ēst veģetāriski un vegāniski, jo paša ķermenis nespēj panest glutēnu, cukuru, piena produktus, utt. "Katram 10 Latvijas iedzīvotājam ir kāda pārtikas produktu nepanesamība" (Aptauja: katram desmitajam ir kāda pārtikas produktu nepanesamība, 2021, medicine.lv). "Maxima Latvija" komunikācijas vadītāja L. Dupate-Ugule atzīst, ka Latvijas iedzīvotāju vidū ir vērojams pieprasījums pēc veģetāriešu un vegānu pārtikas produktiem. To apliecina pārdošanas dati: "Pieprasījums pēc specializētiem veģetāriešu un vegānu pārtikas produktiem, kas atrodami īpašā stendā, katru mēnesi pieaug, sasniedzot pat 254 % pieauguma pēdējā gada laikā." L. Dupate-Ugule min: "Maxima veikalos specializētā vegānu un veģetāriešu pārtikas produktu stenda sortimentā patlaban ir pieejami 75 dažādi produkti, piemēram, vegānu lazanja, tofu, vegānu pelmeņi, kā arī veikalā ir ļoti dažādi produkti, kas piemēroti arī vegāniem un veģetāriešiem" (Popova & Rimša, 2019, 47. lpp.).

Mazumtirdzniecības veikalu tīkla SIA "Rimi Latvia" kategoriju departamenta direktors, Milans Blūms, aģentūrai "LETA", vērtējot pieprasījuma tendences, sacīja: "Kopumā pieprasījums pēc minētajiem produktiem pēdējā gada laikā saglabājies nemainīgi augsts. Produktu grupas, kurās redzamas papildu pieprasījums, ir dažādi saldie un sāļie kulinārijas izstrādājumi. "Rimi" sortimentā šobrīd ir septiņas dažādas kūkas, kruasāns, maize un saldētas picas vegāniem, kā arī dažādi saldumi." (Latvijas iedzīvotāji arvien vairāk pērk veģetāriešu un vegānu pārtiku, 2018, nra.lv) Līdz ar to var secināt, cik iedzīvotājiem ir aktuāli veikalu plauktos redzēt un pirkt šāda veida produktus vai gatavos izstrādājumus.

Šī pētījuma raksta mērķis ir izvērtēt vegānisku, veģetāru, bezglutēna, bezcukura, bezlaktozes konditorejas iespējas Latvijā. Pētījuma uzdevumi bija šādi: izstrādāt teorētisko daļu, kas parāda, kādas ir iespējas vegānu, veģetāru, bezglutēna, bezlaktozes un bezcukura konditorejas nozari Latvijā; identificēt pieprasījumu pēc vegāniskiem, bezglutēna, bezlaktozes un bezcukura konditorejas izstrādājumiem Latvijas teritorijā; izvērtēt iespējas uz šāda pasūtījuma veidotu konditorejas izveidi Latvijā. Šajā pētījuma rakstā tika izmantotas vispārzinātniskās metodes un sekundāro datu analīze. Datu apstrādei tika izmantotas literatūras un elektronisko avotu analīze, apkopošana, primārās informācijas iegūšana respondentu anketēšanas veidā analizēšana, iegūtās informācijas grupēšana, apstrāde, kā arī datu grafiskā analīze.

Pētījuma rezultāti norāda uz to, ka Latvijā iedzīvotāji nav apmierināti ar bezglutēna, bezcukura un bezlaktozes piedāvātajiem pārtikas produktiem, kurus var arī lietot vegāni un veģetārieši. Kā arī tie vēlētos konditorejas uzņēmumu, kas veidotu šādus speciālus izstrādājumus.

Analītiskais apskats

Studējošais pētījuma raksts iesākas ar terminu skaidrojumiem. Pēc tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošās vārdnīcas konditorejai ir vismaz četras definīcijas:

- "Veikals, kur pārdod konditorejas izstrādājumus."
- "Ēdināšanas uzņēmums, kur ēdienkartē un realizācijā ir tikai konditorejas izstrādājumi un dzērieni."
- "Miltu un cukurotie izstrādājumi ar lielu ogļhidrātu saturu, patīkamu garšu un izskatu, un lielu enerģētisko vērtību."
- "Pārtikas ražošanas uzņēmums, nodaļa vai zona ēdināšanas uzņēmumā, kur gatavo konditorejas izstrādājumus." (Tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošā vārdnīca, 2008)

Pēc William P. Edwarda: "Konditoreja rūpniecība iedalās trīs klasēs: šokolādes konditorejas izstrādājumi, miltu konditorejas izstrādājumi, un cukura konditorejas izstrādājumi. Šokolādes konditorejas izstrādājumi ir produkti, kas gatavoti no šokolādes. Miltu konditorejas izstrādājumi ietver izstrādājumus, kas izgatavoti no miltiem. Tradicionāli un mulsinoši, bet tas attiecas arī uz ilgi glabājošiem izstrādājumiem kā cepumiem gan uz maizes izstrādājumiem ar īsu kalpošanas laiku. Cukura konditoreja izstrādājumi ietver pārējos konditorejas izstrādājumus. Ir vēl viena kategorija, ko dažreiz dēvē par "cukura konditorejas izstrādājumiem bez pievienota cukura". Tas attiecas arī uz produktiem, kas atgādina cukura konditorejas izstrādājumus, bet ir izgatavoti bez cukura." (William P. Edwards, 2.lpp, 2019) Kopumā, pēc autora domām, konditoreja nozīmē vieta, kur pārdod dažādus saldos izstrādājumus, kas gatavoti no miltiem, cukura, piena, kuriem ir liela enerģētiskā vērtība.

Veģetārieša definīcija ir "veģetārietis ir cilvēks, kas apzināti lieto uzturā galvenokārt augu valsts barību un pilnībā atsakās no gaļas (bet, atkarībā no uzskatiem, var lietot zivis, olas vai piena produktus)"

(Language cosultations: electronic database, 2021, valodaskonsultacija.lv) Pēc veģetāriešu grāmatas veģetārietis nozīmē "veģetārs uzturs ir tāds, kas neietver gaļu, mājputnus vai zivis." (Mangels u.c. 4. lpp., 2021) Pēc autora domām, tas nozīmē, ka veģetārieši ir tādi cilvēki, kas uzturā nelieto nemaz zivis un gaļas, bet var izmantot dažādus dzīvnieku valsts produktus, pēc paša izvēles vai lietot kāda veida gaļu, bet pārsvarā izmanto augu valsts produktus un izstrādājumus.

Vegāna definīcijas skaidrojums ir "konsekvents veģetārietis, kas apzināti pilnībā atteicies no jebkādas dzīvnieku izcelsmes pārtikas. Jāsaka arī vegānisks (nevis vegāns) uzturs. (Language cosultations: electronic database, 2021, valodaskonsultacija.lv) Tulkojot no angļu valodas vegāns nozīmē "vegānisms ir filozofija un dzīvesveids, kura mērķis ir pēc iespējas un praktiski izslēgt jebkāda veida dzīvnieku ekspluatāciju un cietsirdību pret tiem pārtikai, apģērbam vai citiem mērķiem; un tādējādi veicina alternatīvu, kas nesatur dzīvnieku izmantošanu. Visiem vegāniem ir kopīga augu valsts uzturs, izvairoties no jebkādas dzīvnieku izcelsmes pārtikas, piemēram, gaļas (tostarp zivīm, vēžveidīgajiem un kukaiņiem), piena produktiem, olām un medus, kā arī izvairoties no dzīvnieku izcelsmes materiāliem, produktiem, kas pārbaudīti uz dzīvniekiem un vietas, kur izklaidei izmanto dzīvniekus." (Definition of veganism, 2022 vegansociety.com) Pēc autora domām, vegāns ir tāds cilvēks, kas nelieto uzturā nevienu dzīvnieku valsts produktu, izstrādājumu vai lietu, kas no tā iegūts. Kā arī aktīvi ir pret dzīvnieku mocīšanu laboratorijās - testēšanai, kažokādas iegūšanai.

Konditorejas izstrādājumi bezcukura pastāv un lielākoties, tam ir pamatojums uz katra indivīda veselības stāvokli. Pārsvarā konditorejas izmanto citus saldinātājus, kas aizvieto cukuru, bet izstrādājumus, tāpat padara saldus. "Gadiem ilgi ir notikušas vairākas diskusijas par rafinētā cukura dominējošo lomu nepietiekama uztura gadījumā. Tas veicina tādu slimību attīstību kā liekais svars un aptaukošanās, kā arī citas ar uzturu saistītas slimības, piemēram, sirds un asinsvadu slimības, 2. tipa cukura diabēts, muskuļu un skeleta sistēmas slimības (īpaši osteoartrīts) un dažāda veida vēzis. Reaģējot uz šo problēmu, Pasaules Veselības organizācija (PVO) iesaka samazināt cukura patēriņu, lai mazinātu ar uzturu saistītu hronisku slimību izplatību. Pašreizējie PVO ieteikumi nosaka, ka brīvajiem cukuriem vajadzētu būt mazākam par 10% no kopējās enerģijas patēriņa." (Characterization and stability of sweet confection made with alternatives sweeteners, 2022, sciencedirect.com)

Konditoreja var ražot arī izstrādājumus bez glutēna. "Glutēns ir ūdenī nešķīstoša olbaltumviela, sastopama kviešu, rudzu un miežu graudos. Kaut arī lielākā daļa no mums organismā glutēnu pārstrādā normāli, tas var radīt autoimūnas reakcijas, ja cilvēks diagnosticēts ar glutēna nepanesamību. Glutēns jeb lipeklis organismā nepilda vērtīgas funkcijas un nenes pienesumu mūsu veselībai, tomēr nav pierādīta tā negatīva ietekme uz vesela cilvēka organismu. Glutēna latviskais nosaukums – lipeklis – ir viegli skaidrojams: tas ir kā dabīga ēdiena "līme", kad miltus samaisa ar ūdeni, glutēns tai piešķir lipīgo tekstūru. (Kas ir glutēns, 2021,gemoss.lv)

Aizstājot laktozes produktus ar augu valsts produktiem var izveidot dažādus bezlaktozes konditorejas izstrādājumus. "Galvenie pārtikas produkti, kuros var atrast laktozi ir piena produkti. Laktozi var iegūt no piena un izmantot kā sastāvdaļu dažādām receptēm. Šādā gadījumā laktozi var atrast izstrādājumos, kas tieši nav saistīti ar pienu, ko var dēvēt par "slēpto laktozi" Neatkarīgi no tās izcelsmes laktozes uzņemšana var būt pozitīva un negatīva ietekme uz cilvēka ķermeni. Līdz šim laktozes nepanesamības ārstēšanas līdzeklis ir izslēgt vai samazināt laktozes produktus no sava uztura." (Dominici u.c., 2022)

Pētot konditorejas nozari valstī pēdējo gadu laikā var secināt to, ka konditoreja ir populāra iedzīvotāju vidū, jo turas vai aug vienā līmenī ar piena un gaļas produkcijas ražošanu. Lielākais lēciens ir bijis uz 2021. gadu (vairāk kā 4% pieaugums konditorejas pārdošanā). Uz kopējā rūpniecības nozares fona konditoreja ir viena no svarīgākajām un pelnošākām apakšnozarēm, kas arī pašai valstij sniedz lielākus kopējos ekonomiskos rādītājus. (Saražotās rūpniecības produkcijas realizācija, 2021, data.stat.gov.lv)

Pēc pieejamām preses relīzēm var secināt, ka konditorejai un pārtikas rūpniecībai ir redzams neliels pieaugums ik pa mēnešiem. To apstiprina arī fakts, ka "2022. gadā salīdzinājumā ar 2021. gadu rūpniecības produkcijas apjoms pēc kalendāri koriģētiem datiem salīdzināmajās cenās palielinājās par 0,8%. (2022. gadā rūpniecības produkcijas apjoms palielinājās par 0,8%, 2023, stat.gov.lv) Līdz ar nozares augstspēju uzņēmējiem ir iespēja vērt vaļā jaunus pārtikas uzņēmums, kā vienu no tiem – konditorejas uzņēmumu, kas specializējas vegānisku, veģetāru, bezglutēna, bezcukura, bezlaktozes izstrādājumu ražošanā patērētājiem. "17% Latvijas iedzīvotāju vēlas ēst vairāk vegānisku un veģetāru ēdienu. 12% ir dinamiskas diētas piekritēji un gaļu vai zivis ēd laiku pa laikam. 3% ir veģetārieši – neēd gaļu un zivis, bet ēd citus dzīvnieku izcelsmes produktus, piemēram, olas vai medu, 1% nepatērē gaļu, bet ēd zivis. Kopumā 47% iedzīvotāju ir izmēģinājuši veģetārus vai vegānus produktus" (Goba, 2021) Līdz ar šādiem aptaujas datiem var secināt, ka cilvēki ir ieinteresēti pamēģināt vegāniskus, veģetārus ēdienus un produktus, kas ļauj izveidot konditoreju, kas balstās uz šādiem konditorejas izstrādājumiem.

Apvienojot visus terminus un informāciju ir skaidrs, ka konditoreja var izmantot tādus produktus, kas atbilstu vegānu, veģetāriešu, bezglutēna, bezcukura un bezlaktozes cilvēku piekritējiem. Līdz ar to ir iespējams efektīvs konditorejas uzņēmums Latvijā, kas varētu sniegt šādus konditorejas izstrādājumus cilvēkiem ar savādāku dzīvesstilu vai veselības problēmām.

Pētījuma metodoloģija

Atsaucoties uz pētījuma izvirzīto mērķi - izvērtēt vegānisku, veģetāru, bezglutēna, bezcukura, bezlaktozes konditorejas iespējas Latvijā. Teorētiskajā daļā ar literatūras, zinātnisko rakstu un elektronisko avotu izpēti sākās pētījuma darbs, kurā tika izmantotas teorētiskās, empīriskās, vispārzinātniskās un sekundāro datu analīze, kas devušas informāciju un datus par vegānismu, veģetārismu un veselības problēmām ar laktozi, cukuru, glutēnu. Datu apstrādei tika izmantotas literatūras un zinātnisko rakstu, elektronisko avotu analīze, primārās informācijas iegūšana respondentu anketēšanas veidā analizēšana, iegūtās informācijas grupēšana, apstrāde, datu grafiskā analīze.

Visi iekļautie pētījuma dati vākti no grāmatām, zinātniskiem rakstiem un elektroniskiem avotiem par līdzīgu tēmu un interneta resursiem (dažādi raksti par vegāniem, veģetāriem, glutēna, laktozes un cukura nepanesamību, pētījuma viedokļiem, terminu skaidrojumiem).

Veicot pētījuma tēmas izpēti, tika analizētas vegānu, veģetāriešu, bezlaktozes, bezglutēna, bezcukura aizstāšanas produkti, kas spētu veikt tādu vai līdzīgu procesu konditorejas izstrādājumiem. Pētījuma daļā tika izstrādāta, autora, elektroniskā anketa ar 7 jautājumiem, kurā piedalījās 22 respondenti (13 sievietes; 9 vīrieši). Norises laiks 21.02. – 04.03.2023. Aptaujā tika noskaidrota sekojoša informācija – vai cilvēki ir veģetārieši, vegāni, bezglutēna, bezcukura, bezlaktozes lietotāji, kāpēc un kuru dzīvesstilu lieto savā dzīvē, vai ir apmierināti ar produktu sortimentu un vai vēlētos konditorejas uzņēmumu, kas tikai balstās uz šādu produkciju piedāvāšanu patērētājiem.

Pēc iegūtajiem elektroniskās anketas datiem, darba autore uzsāk darbu pie datu analīzes. Pēc šo datu analīzes, darba autore, var secināt par vegānisku, veģetāru, bezglutēna, bezlaktozes un bezcukura konditorejas iespējām Latvijā. Nobeigumā secinājumi un priekšlikumi.

Pētījuma rezultāti

Šajā rakstā tika izstrādāta elektroniska aptauja, kas dod informāciju par vegāniem, veģetāriem, bezglutēna, bezlaktozes un bezcukura iedzīvotājiem Latvijā un vai viņi vēlētos un apmeklētu šādu

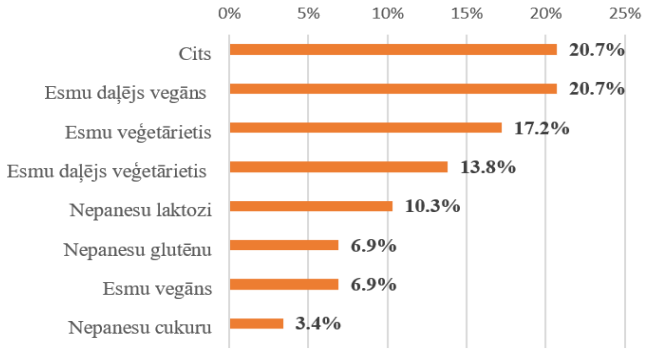
konditorejas uzņēmumu. Pēc iegūtajiem aptaujas datiem var analizēt sabiedrības dzīvesstilu un vēlmes pēc vegāniska, veģetāru, bezglutēna, bezlaktozes un bezcukura konditorejas uzņēmuma izveidi Latvijā. Sīkāk par aptaujas iegūtajiem rezultātiem.

1. Vai esat veģetārietis, vegāns, bezglutēna, bezlaktozes vai bezcukura konditorejas izstrādājumu lietotājs?

Aptaujas dati norāda, ka 6 respondenti dažas reizes mēnesī izmanto šādu produkciju savā uzturā, 5 respondenti, ka jā visu laiku lieto šādus produktus, kā arī 5 respondenti, ka nē vispār šādu dzīvesstilu nelieto un 5 respondenti, ka lieto, jo nepanes glutēnu, laktozi, cukuru. 1 no respondentiem atbildēja, ka mēģināja, bet tas nepatika.

2. Kuru no piedāvātajiem variantiem izmantojiet savā dzīvesstilā?

Otrajā jautājumā respondenti vairākkārt atbildēja, ka ir daļēji vegāni vai cits (sk. 1. att.) – ka ēd visus pārtikas produktus, ieskaitot gaļu, tikai ļoti reti izvēlās šādus produktus vai, ka neizmanto nemaz vai pēc paša izvēlas izslēdz savā uzturā kādu no pārtikas produktiem, piemēram, cukuru utt. Pēc dotajiem datiem var redzēt to, ka cilvēki izvēlās paši būt par vegāniem un veģetāriem un retāk, ka to neatļauj veselība.



1.att. Dzīvesstila veids (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

3. Kāpēc izmantojat vegāniskus, veģetārus, bezglutēna, bezcukura, bezlaktozes utml. produktus vai izstrādājumus?

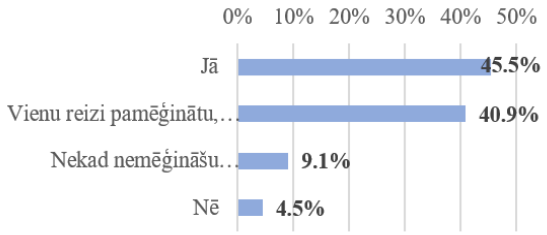
No aptaujas rezultātiem 7 respondenti atbildēja, ka gribēja pamēģināt šādu dzīvesstilu un tas iepaticies, bet 5 respondenti katrā pieminētā grupā - veselības dēļ, daļēji cenšas pirkt un lietot šādus pārtikas produktus, jo tas ir populāri, nemaz neizmanto šādus pārtikas produktus savā uzturā.

4. Vai esat apmierināts ar veikalos, kafejnīcās un konditorejās pieejamo vegānu, veģetāriešu, bezglutēna, bezlaktozes bezcukura vai līdzīgu produktu vai izstrādājumu klāstu?

Pēc vērtību skalas sniegtajām atbildēm ir iegūts vidējais rādītājs 2,59 no 5, kur pārsvarā (11 respondenti) atbildēja, ka apmierinātības līmenis ir uz 3, kas ir attiecināms uz viduvēju līmenis. Neviens no respondentiem neatbildēja, ka ir apmierināts ar klāstu. Līdz ar to varam secināt, ka iedzīvotāji ir ieinteresēti pēc šādiem pārtikas produktiem, bet neatrod veikalu plauktos un ēdināšanas vietās piedāvājumu, kas patiktu un ieinteresētu.

5. Vai vēlētos uz pasūtījuma veidotu konditorejas uzņēmumu, kas ražotu vegāniskus, veģetāriešu, bezglutēna, bezlaktozes un bezcukura konditorejas produktus?

Pēc respondentu iesniegtajām atbildēm 45,5% (sk. 2. att.) (10 respondenti) atbildēja, ka jā vēlētos šāda veida uzņēmumu. Vismaz vienu reizi pamēģinātu - 40,9% - 9 respondenti. Nekad nemēģinātu – 2 respondenti un ar nē atbildēja tikai 1 respondents. Līdz ar to tiek vairāk apstiprināts fakts, ka iedzīvotāji vēlētos šāda veida uzņēmumu un to apmeklētu vairākkārt.



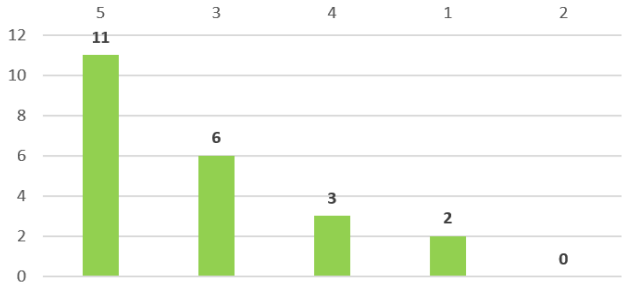
2.att. Konditorejas uzņēmuma apmeklēšana (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

6. Kurā Latvijas pilsētā vēlētos šādu konditorejas uzņēmumu?

Pēc respondentu iesniegtajām atbildēm vairākkārt tika minēta Rīgas pilsēta (8 respondenti), Bauskas pilsētu pieminēja 3 respondenti. 2 respondenti atbildēja, ka nekur un nesniedza atbildi, kā arī pa 1 respondentam atbildēja, ka vēlētos Jūrmalā, Iecavā, Ķekavā, Mārupē, Ogrē, Ventspilī, Salaspilī.

7. Cik lielā apmērā apmeklētu un izmantotu šādu konditorejas uzņēmumu?

Pēc vērtību skalas iegūtajiem datiem vidējais vērtējums ir 3,95 no 5. Lielākais atbilžu skaits (11 respondenti) tika iesniegts, ka jā apmeklētu daudz. Neviens respondents neatbildēja, ka ļoti reti apmeklētu šādu uzņēmumu.



3.att. Konditorejas uzņēmuma apmeklētība (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēc iesniegtajiem rezultātiem var secināt to, ka iedzīvotāji apmeklētu vegānisku, veģetāru, bezglutēna, bezlaktozes, bezcukura konditorejas uzņēmumu Rīgā vairākkārt, ja tas apmierinātu viņu pieprasījumu. Mazāk bija tādi respondenti, kas nevēlās šādu konditorejas uzņēmumu un nelieto uzturā šāda veida pārtikas produktus.

Secinājumi

Iedzīvotāji Latvijā arvien vairāk iegādājas pārtikas produktus, kas domāti veģetāriem, vegāniem, bezglutēna, bezlaktozes un bezcukura iedzīvotājiem. Veikalos un ēdināšanas vietās ir neliels

piedāvājums šādiem pircējiem. Konditorejas nozare ir tā attīstījusies, ka ir iespējams aizstāt miltus ar citu augu, dārzeņu, augļu un riekstu miltiem, kas ļauj veidot dažādus konditorejas izstrādājumus. Laktozes produktus var aizstāt ar augu un pārslu pieniem. Cukuru var aizstāt ar stēviju, augļiem, saldinātajiem un medu (ne vegānu gadījumos).

Pēc elektroniskās aptaujas, kurā piedalījās divdesmit divi respondenti var secināt to, ka iedzīvotāji vēlētos konditorejas uzņēmumu, kas balstās uz vegāniskiem, veģetāriskiem, bezglutēna, bezcukura un bezlaktozes izstrādājumiem.

Šāda uztura lietotāji neatrod pietiekami daudz šādus pārtikas produktus veikalos un citos ēdināšanas uzņēmumos. Katrs konditorejas apmeklētājs apmeklētu šādu uzņēmumu vēlreiz, ja tas būs pietiekami veiksmīgi strādājis pirmajā reizē un atstātu labu iespaidu klientam. Pēc aptaujas datiem var secināt, ka lielākais pieprasījums pēc šāda veida uzņēmumā atrastos Rīgā vai tās tuvumā.

Tika izvirzīti šādi priekšlikumi. Viena no konditorejas nozares paplašināšanas iespējām ir izveidot uzņēmumu, kas tikai balstās uz bezglutēna, bezcukura, bezlaktozes izstrādājumiem, kurus var lietot arī vegānu un veģetāru uztura lietotāji Latvijā. Labākā atrašanās vieta būtu Rīga vai pierīgas teritorija.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Campostrini, F. G., Díaz, M. F, Rivero, R.C., & Sosa, N. (2022). Characterization and stability of sweet confection made with alternatives sweeteners. *International journal of gastronomy and food science, Vol. 28,* 32-38.

Dominici, S., Marescotti, F., Sanmartin, C., Macaluso, M., Taglieri, I., Venturi, F., Zinnai, A., & Facioni, M. S. (2022). Lactose: Characteristics, food and drug-related applications, and its possible substitutions in meeting the needs of people with lactose intolerance. *Foods, 11(10),* 41-53

Gemoss (2021) *Kas ir glutēns ? To saturošie produkti un alternatīvas.* Elektroniskais resurss [skatīts 04.03.2023]. Pieejams: https://www.gemoss.lv/kas-ir-glutens

Goba A. (2021) *Aptauja: 835 iedzīvotāji Latvijā ir visēdāji; tikai 1% - vegāni.* Elektroniskais resurss [skatīts 04.03.2023]. Pieejams: https://zinas.tv3.lv/latvija/sabiedriba/aptauja-83-iedzivotaju-latvija-ir-visedaji-tikai-1-vegani/

Language Consultations (2021). *Kas ir veģetārietis, un kas ir vegāns?* Elektroniskais resurss [skatīts 04.03.2023]. Pieejams: https://www.valodaskonsultacijas.lv/en/search?page=26&search%5Bq%5D=Skaidrojums&search%5Bquestions%5D=1

Latvijas Nacionālais Terminoloģijas Portāls (2008). *Konditoreja.* Elektroniskais resurss [skatīts 04.03.2023]. Pieejams: https://termini.gov.lv/atrast/konditoreja

Mangels R., Messina V., Messina M. (2021). *The dietitian's guide to vegetarian diets: issues and applications.* United States: Jones & Bartlett Learning

Medicine (2021). *Aptauja: katram desmitajam ir kāda pārtikas produktu nepanesība.* Elektroniskais resurss [skatīts 04.03.2023]. Pieejams: https://medicine.lv/raksti/aptauja-katram-desmitajam-ir-kada-partikas-produkta-nepanesiba-cb46d8ccdf

Neatkarīgā Rīgas Avīze (2018). *Latvijas iedzīvotāji arvien vairāk pērk veģetāriešu un vegānu pārtiku.* Elektroniskais resurss [skatīts 04.03.2023]. Pieejams: https://nra.lv/veseliba/236080-latvijas-iedzivotaji-arvien-vairak-perk-vegetariesu-un-veganu-partiku.htm

Oficiālās Statistikas Portāls (2023). *2022. gadā rūpniecības produkcijas apjoms palielinājās par 0,8%.* Elektroniskais resurss [skatīts 04.03.2023]. Pieejams: https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/noz/rupnieciba/preses-relizes/12284-rupniecibas-produkcija-2022-gada-decembri?themeCode=RU

Oficiālās statistikas portāls (2021). *Saražotās rūpniecības produkcijas realizācija 2000-2022.* Elektroniskais resurss [skatīts 04.03.2023]. Pieejams: https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__NOZ__RU__RUA/RUA010/table/tableViewLayout1/

Popova, D., & Rimša, R. (2019). Uzturs vegāniem – cik pieejams Latvijā? *Inquisitio, 5,* 45-48.

The vegan society (2022). Definition of veganism. Elektroniskais resurss [skatīts 04.03.2023]. Pieejams: https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism

William, P. E. (2019). *The Science of Sugar Confectionery*. United Kingdom: Royal Society of Chemistry.

Daniela Maksimčika. ADĪJUMU UN VILNAS IZSTRĀDAJUMU SEGMENTA ATTĪSTIBA LATVIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: danielamk123@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās ar rokām darināti izstrādājumi tirgū tiek pozicionēti kā unikāls un kvalitatīvs produkts, kas piesaista pircējus.Latvijā adījumu piedāvājums ir ļoti nekvalitatīvs un neatbilst savai cenai. Ļoti daudz tirdzniecības vietu piedāvā lielu klāstu nekvalitatīvu vilnas izstrādājumu par neatbilstošu cenu, un šie izstrādājumi kalpo tikai gadu vai divus. (Dagnija Lepere)

Pētījuma mērķis: Veikt analīzi par Latvijas iedzīvotāju attieksmi pret kvalitatīviem adījumiem un vilnas izstrādājumiem, un sintētiskiem izstrādājumiem, kas ietekmē ādas veselību. Novērtēt adījumu un vilnas izstrādājumu segmenta attīstību Latvijā.

Petījuma uzdevumi: Izpētīt kādus adījumu izstrādājumu pērk Latvijas iedzīvotāji. Analizēt iegūtos rezultātus un noteikt kādi ir Latvijas iedzīvotāju paradumi saistībā ar adījumiem un vilnas izstrādājumiem. Noteikt adīšanas biznesa priekšrocības un trūkumus.

Pētījuma metodes: Iegūto rezultātu apstrādei izmantotas tādas metodes, datu ieguves metode,aptaujas analīze, interneta resursu pieejamas informācijas analīze, literatūras analīze

Sasniegtie rezultāti: Latvijas iedzīvotāju vidū ir veikta interneta resursu analīze par cilvēka paradumiem valkāt adījumus, noteikti adīšanas biznesa priekšrocības un trūkumi, secinājumi par to kādus adījumu izstrādājumus pērk Latvijas iedzīvotāji.

Atslēgas vārdi: adījumi; vilna; popularizēšana; kvalitāte

Ievads

Adīšana ir viena no visvecākajām rokdarbu tehnikām. Adījumi ir ļoti iecienīti, jo tiem piemīt vairākas labas īpašības – tie ir poraini, silti, elastīgi. Šobrīd adījumu piedāvājums ir ļoti nekvalitatīvs un neatbilst savai cenai, daudzas tirdzniecības vietās var sastapt nepamatoti dārgus adījumus. Lielākā problēma starp nekvaltītatīvajiem adījumiem un vilnas izstrādajumiem ir īss lietošanas laiks, jo adījums izstaipas un vairs nav nesajāms.

Pētījuma mērķis ir izanalizēt Latvijas iedzīvotāju attieksmi pret adījumiem un vilnas izstrādājumiem no kvalitatīviem materiāliem, vai Latvijas iedzīvotāji gatavi maksāt par to, lai adījums kalpotu vairākus gadus pēc kārtas. Kā arī veikt analīzi par sintetiskājiem izstrādājumiem, kas kalpo mazāk, bet maksā lētāk un bojā ādas veselību. Un vēl viens no mērķiem ir dot novērtējumu adījumu un vilnas izstrādājumu segmenta attīstību Latvijā. Tika arī izpētīta tēma par adīšanas biznesu Latvijā, lai noteiktu trūkumus un priekšrocības šim biznesam. Lai veiktu pētījumu es izveidoju aptauju par Latvijas iedzīvotāju attieksmi pret kvatlitatīviem un nekvalitatīviem adījumiem, kuru aizpildīja 15 respondenti, šai aptaujau veicu analīzi, ka arī analīzeju internetā resursu pieeajamu un informāciju un literatūru.

Pētījuma rezultāti, kuri tika sasniegti, Latvijas iedzīvotāju vidū ir veikta interneta resursu analīze par cilvēka paradumiem valkāt adījumus, noteikti adīšanas biznesa priekšrocības un trūkumi, secinājumi par to kādus adījumu izstrādājumus pērk Latvijas iedzīvotāji.

Analītiskais apskats

Adīšanas un vilnas izstrādājumu segmens Latvijā ir salīdzinoši neliels, bet tomēr ir vērojama tā attīstība. Latvijas tekstilrūpniecība pēdējo gadu laikā ir piedzīvojusi dažas pārmaiņas, un šis segments nav bijis izņēmums.Viens no lielākajiem izaicinājumiem, ar ko saskaras adīšanas un vilnas izstrādājumu ražotāji Latvijā, ir konkurētspēja ar lētākiem ražotājiem Āzijā. Tādēļ daudzi uzņēmumi ir pievērsušies inovācijām un specializētām, augstākās kvalitātes produktu ražošanai.Latvijas valdība ir arī veicinājusi šī segmena attīstību, piedāvājot finansiālu atbalstu un nodrošinot izglītības un apmācības iespējas nozares speciālistiem.Tomēr vēl joprojām ir daudz darba, lai adīšanas un vilnas izstrādājumu segmens Latvijā turpinātu attīstīties. Nepieciešams turpināt veicināt inovācijas un augstas kvalitātes produktu ražošanu, kā arī meklēt jaunus tirgus un eksporta iespējas(laiksraksts Dienas Bizness, Anda Asere, 25.02.2016)Saskaņā ar Eurostat datiem, Latvijā adījumu un vilnas izstrādājumu nozare sastāda aptuveni 1,4% no valsts ražošanas nozares, kas ir salīdzinoši zems rādītājs salīdzinājumā ar citām ES valstīm. Tomēr, kā liecina pētījumi, pieaug interese par ilgtspējīgu un augstas kvalitātes adījumu un vilnas izstrādājumu iegādi Latvijā. Pētījums, ko veica Baltijas Pētījumu Aģentūra "SKDS" 2019. gadā, parādīja, ka 69% Latvijas iedzīvotāju regulāri valkā adījumus, un 42% no tiem izvēlas adījumus kā siltuma avotu.Turklāt, 57% no aptaujātajiem uzskata, ka adījumi un vilnas izstrādājumi ir kvalitatīvāki un ilgst ilgāk nekā sintētiskie izstrādājumi. Tāpat pētījums parādīja, ka 49% aptaujāto ir gatavi maksāt vairāk par augstas kvalitātes adījumiem un vilnas izstrādājumiem. Tomēr ir svarīgi arī apzināties, ka daži sintētiskie materiāli var ietekmēt ādas veselību, piemēram, izraisīt niezi, apsārtumu un izsitumus. Tāpēc kvalitatīvu materiālu izvēle un ražošanas procesu uzraudzība ir ļoti svarīga. Adījumu un vilnas izstrādājumu nozare Latvijā ir neliela, taču tā piedāvā augstas kvalitātes un ilgtspējīgas preces, kas arvien vairāk tiek novērtētas un iegādātas gan Latvijā, gan ārvalstīs.

Pētījuma metodoloģija

Pētījumā par adījumiem un vilnas izstrādajumiem tika izmantota aptaujas metode, kurā tika izstrādāta anketas forma ar 8 jautājumiem par respondentu iegādāšanās paradumiem, izvēles faktoriem un viedokli par adījumiem un vilnas izstrādajumiem. Anketas forma tika izstrādāta, pamatojoties uz literatūras apskatu un pētījuma mērķiem. Anketas veidošanas process tika pārbaudīts un apstiprināts ar ekspertu komisijas palīdzību. Lai nodrošinātu reprezentatīvu datu vākšanu, tika izmantota nejauša izlases metode, kurā tika aicināti piedalīties respondenti no dažādām Latvijas reģionu un sociālajām grupām. Aptauja tika veikta tiešsaistē, izmantojot anketu izplatīšanas platformu. Respondentiem tika nodrošināta iespēja palikt anonīmiem. Datu analīzes procesa posmi sastāvēja no datu kvalitātes pārbaudes, datu kodēšanas, datu apstrādes un statistiskās analīzes. Datu analīzes instrumenti ietvēra statistisku programmatūru un datu vizualizācijas rīkus. Datu analīze tika veikta, izmantojot deskriptīvo statistiku un diagrammas, lai apkopotu atbildes un identificētu tendences un viedokļu atšķirības. Pētījuma rezultāti parādīja, ka lielākā daļa respondentu iegādājas adījumus un vilnas izstrādajumus, un tos izvēlas, pamatojoties uz kvalitāti, izturību un mīkstumu. Vairums respondentu arī uzskata, ka adījumi un vilnas izstrādajumi ir kvalitatīvāki nekā sintētiskie materiāli un ir vērtīgs Latvijas ekonomikas segments.Pētījuma metodes un datu analīzes process nodrošināja ticamus un objektīvus rezultātus, kas palīdzēs izprast sabiedrības attieksmi pret adījumiem un vilnas izstrādajumiem un to potenciālu Latvijas ekonomikā.

Pētījuma rezultāti

Pētījuma laikā autore veica anketēšanu, lai noskaidrotu cilvēku viedokli par adījuemiem un vilnas izstādajumiem un pētījuma gaitā tika aptaujāti 15 respondenti.

1.att. Jūs iegādājaties adījumus un vilnas izstrādajumus? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātuapkopojums)

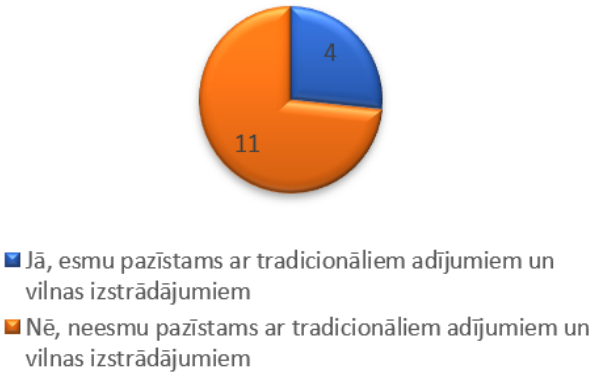
Izpētot respondentu atbildes uz iepriekš uzdotajiem jautājumiem, var secināt, ka lielākā daļa respondentu (12 no 15) iegādājas adījumus un vilnas izstrādājumus.

2.att. Ko jūs parasti izvēlaties - adījumus un vilnas izstrādājumus vai sintētiskus materiālus? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātuapkopojums)

Lielākā daļa respondentu (11 no 15) izvēlas adījumus un vilnas izstrādājumus pār sintētiskajiem materiāliem, un to iemesli ir kvalitāte un komforts. Respondenti norāda, ka iecienītākie adījumi un vilnas izstrādājumi ir džemperi, cimdi un cepures.

3.att. Ko jūs domājat par adījumiem un vilnas izstrādājumiem, kas ražoti Latvijā? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Lielākā daļa respondentu (10 no 15) uzskata, ka adījumi un vilnas izstrādājumi, kas ražoti Latvijā, ir kvalitatīvi un ar vērtību.



4.att. Vai jūs zināt par tradicionālo latviešu adījumu un vilnas izstrādājumu mantojumu? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātuapkopojums)

Tomēr tikai 4 no 15 respondentiem ir plaši informēti par tradicionālo latviešu adījumu un vilnas izstrādājumu mantojumu.

Lielākā daļa respondentu (13 no 15) uzskata, ka adījumi un vilnas izstrādājumi ir kvalitatīvāki nekā sintētiskie materiāli. Attiecībā uz cenu un kvalitātes attiecību. Vairums respondentu (11 no 15) uzskata, ka adījumi un vilnas izstrādājumi ir pārāki par sintētiskajiem materiāliem.Lielākā daļa respondentu (13 no 15) uzskata, ka adījumi un vilnas izstrādājumi ir vērtīgs Latvijas ekonomikas segments.

Kopumā var secināt, ka adījumi un vilnas izstrādājumi ir iecienīti un vērtīgi Latvijas iedzīvotāju vidū, un to kvalitāte tiek augstu novērtēta. Līdzīgi arī tradicionālie latviešu adījumi un vilnas izstrādājumi tiek uzskatīti par vērtīgu mantojumu.

Secinājumi

Sākot ar adījumu un vilnas izstrādājumu segmenta novērtējumu Latvijā, var teikt, ka tas ir diezgan attīstīts un populārs. Adījumu un vilnas izstrādājumu ražošana Latvijā ir cieši saistīta ar tradīcijām un kultūras mantojumu, kas padara to par nozari ar lielu potenciālu. Turklāt Latvijā ir pieejami vēsturiski veidoti materiāli un adījumu dizains, kas ir pieprasīti ne tikai vietējā, bet arī starptautiskajā tirgū.

Adījumu un vilnas izstrādājumu biznesa priekšrocības Latvijā ir saistītas ar tās tradīcijām un pieredzi šajā nozarē, kā arī pieejamajiem resursiem. Latvijā ir pieejami kvalitatīvi materiāli un strādnieki, kas spēj radīt unikālus dizaina izstrādājumus. Turklāt, adījumu un vilnas izstrādājumi tiek ražoti gan mazajos amatnieku darbnīcās, gan lielākajos rūpnieciskajos uzņēmumos, kas nodrošina daudzveidīgu piedāvājumu un plašu izvēli.

Runājot par sintētiskajiem materiāliem, kas ietekmē ādas veselību, Latvijā par to zinātniski nav veikta plaša pētījumu, taču cilvēki ir kļuvuši apzinātāki un izvēlas kvalitatīvus produktus, kas nekaitē veselībai. Sintētisko materiālu ražotāji gan arvien vairāk apzinās šo problēmu un meklē risinājumus, lai samazinātu to negatīvo ietekmi uz cilvēku un apkārtējo vidi.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja (n.d.). *Atzinums par tematu "Tehniskie audumi kā izaugsmes virzītājspēks"*. Elektroniskais resurss (skatīts 27.03.2023.] Pieejams: http://petijumi.mk.gov.lv/sites/default/files/title_file/Tekstila%20atkritumi_PETIJUMS.pdf

Ir.lv (2021). *Pieredze kā veiksmīgi attīstīt rokdarbu uzņēmumu*. Elektorniskais resurss [skatīts 27.03.2023.].Pieejams:https://ir.lv/2021/12/06/dalos-pieredze-ka-veiksmigi-attistit-rokdarbu-uznemumu/

Sauleslacis.com (2016). *Adīšanas vēsture*. Elektroniskais resurss [skatīts 27.03.2023] Pieejams: https://www.sauleslacis.com/blog/params/post/771205/adisanas-vesture

SKDS.lv (2023). *Pētījumu centrs SKDS.* Elektroniskais resurss [skatīts 27.03.2023]. Pieejams: https://www.skds.lv

Zoro.lv (2023). *Adīšana* Elektroniskais resurss. [skatīts 28.03.2023] Pieejams: https://zoro.lv/adisana.html

Eva Dzeguze. ZERO WASTE ATTĪSTĪBA LATVIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: evadzeguze12@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Zero waste ir kustība, kas apvieno bezatkritumu dzīvesveida piekritējus, lai dzīve bez lieku atkritumu radīšanas Latvijā kļūtu par normu, kā arī mazināt Latvijas sabiedrības radītā piesarņojuma ieteki uz vidi. Autore nolēma noskaidrot Latvijas iedzīvotāju nostāju par zero waste kustību. izpētīt kāda ir zero waste veikalu attīstība Latvijas lielākajās pilsētās, kā piemēram, Rīgā un Liepājā, kā arī noskaidrot kuras vecuma grupas vairāk izvēlas atbalstīt šādu dzīvesveidu. Zero waste kustība ir ļoti attīstījusies ēdējo divu gadu laikā gan Latvijā, gan visā pasaulē. Arvien vairāk politisko lēmumu dienaskārtībā ierakstās vārds "globālā sasilšana", ar to apzīmējot šobrīd notiekošu procesu, kad palielinās vidējā zemes atmosfēras un ūdens temperatūra. Šādas temperatūras izmaiņas lielā mērā ir radušās cilvēku saimnieciskās darbības rezultātā. Saglabājoties temperatūras izmaiņām, nākotnē klimata pārmaiņas var apdraudētu vairākus pasaulē apdzīvotus reģionus – gan dabu, gan dzīvniekus, gan cilvēkus.

Pētījuma mērķis: Izpētīt zero waste attīstību Latvijas lielākajās pilsētās – Rīgā un Liepājā

Pētījuma metodes: Sekundāro datu analīze, literatūras analīze,

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti ļauj novērtēt zero waste attīstību Latvijā, kā arī saprast kāda mērķauditorija vairāk piekrīt zero waste kustībai.

Atslēgas vārdi: zero waste; veikali; kustība, klimats.

Ievads

Mūsdienās visā pasaulē, tajā skaitā Latvijā pieaug zero waste kustība, jeb bezatkritumu dzīvesveids. Bezatkritumu dzīvesveids mudina pārveidot resursu dzīves ciklus tā, lai visi produkti tiktu izmantoti atkārtoti. Tas ir mērķis, lai atkritumu tvertne netiktu nosūtīta uz poligoniem, atkritumu sadedzināšanas iekārtām vai okeāniem, jūrām. Pašlaik tikai 9% plastmasas tiek pārstrādāti.

Pētījuma aktualitāte: zero waste kustība ir ļoti attīstījusies ēdējo divu gadu laikā gan Latvijā, gan visā pasaulē. Arvien vairāk politisko lēmumu dienaskārtībā ierakstās vārds "globālā sasilšana", ar to apzīmējot šobrīd notiekošu procesu, kad palielinās vidējā zemes atmosfēras un ūdens temperatūra. Šādas temperatūras izmaiņas lielā mērā ir radušās cilvēku saimnieciskās darbības rezultātā. Saglabājoties temperatūras izmaiņām, nākotnē klimata pārmaiņas var apdraudētu vairākus pasaulē apdzīvotus reģionus – gan dabu, gan dzīvniekus, gan cilvēkus.

Tika izvirzīti šādi pētījuma uzdevumi: noskaidrot Latvijas iedzīvotāju nostāju par zero waste kustību; noskaidrot kādi ir veikali Rīgā un Liepājā, kā arī to attīstību; izpētīt kāda vecumu grupa visbiežāk izvēlas atbalstīt šo kustību; apkopot esošos datus un izdarīt secinājumus

Pētījuma metodes ietvēra sekundāro datu analīzi un literatūras analīzi. Pētījuma rezultāti ļauj novērtēt zero waste attīstību Latvijā, kā arī saprast kāda mērķauditorija vairāk piekrīt zero waste kustībai.

Analītiskais apskats

Zero waste kustības raksturojums. Zero waste kustība, latviski saukta par bezatkritumu jeb nulles atkritumu dzīvesveidu, ir principu un paradumu kopums ar mērķi samazināt radīto atkritumu daudzumu. Bezatkritumu principi tiek attiecināti ne tikai uz preču patērētāju atkritumu samazināšanu, bet arī uz atbildīgu uzņēmējdarbību un ražošanu, saglabājot resursus un veicinot plastmasas patēriņa samazināšanos. Bezatkritumu dzīvesveida koncepts nebūt nav jauns. Tas ieviests jau 60. gados, taču plašāku popularitāti iematojis 90. gadu beigās. Mūsdienās zero waste tiek asociēts ar dzīvesveidu, kuru pieņem aizvien vairāk un vairāk cilvēku, lai iestātos pret planētas piesārņojumu.

‘’Zero waste” nozīmē radīt un pārvaldīt produktus un procesus tādā veidā, lai samazinātu radīto atkritumu daudzumu, mazinātu to toksiskumu, saglabātu un atjaunotu resursus, nededzinātu vai nenoglabātu tos atkritumu poligonos. Bezatkritumi: visu resursu saglabāšana, atbildīgi ražojot, patērējot, atkārtoti izmantojot un reģenerējot visus produktus, iesaiņojumu un materiālus, tos nededzinot un bez izplūdēm zemē, ūdenī vai gaisā, kas apdraud vidi vai cilvēku veselību.

Bezatkritumi attiecas uz atkritumu rašanās novēršanu pretstatā atkritumu apsaimniekošanai. Tā ir vesela sistēmu pieeja, kuras mērķis ir masveidā mainīt materiālu plūsmu sabiedrībā, kā rezultātā netiek izšķērdēti atkritumi. Tie ir kas vairāk nekā atkritumu likvidēšana, tos pārstrādājot un atkārtoti izmantojot, tas koncentrējas uz ražošanas un izplatīšanas sistēmu pārstrukturēšanu, lai samazinātu atkritumus. Zero waste drīzāk ir mērķis vai ideāls, nevis grūts mērķis.

Zero waste pamatprincipi ir šādi:

- Atteikties - Atteikties no visa liekā un no tā, kas mums vairs nerada prieku, ir saplīsis un netiek izmantots. Atteikties no tā, ko ņemam tikai tāpēc, ka tas ir par brīvu, bet patiesībā nemaz nav vajadzīgs.
- Samazināt - Samazināt visu to, no kā nevar atteikties. Piemēram, samazināt tīrāmo līdzekļu daudzumu (daudzus līdzekļus var aizstāt ar sodu un etiķi), šampūna vietā izmantojot šampūnziepes vai šampūnu, kuru var nopirkt bez iepakojuma, līdzīgi var rīkoties iegādājoties dušas želeju un citus higiēnas, kopjošās un dekoratīvās kosmētikas produktus.
- Lieto atkārtoti - Nēsā mazlietotas drēbes – tā var būt māsas jaka, kura viņai palikusi par mazu, vai draudzenes kleita, kura viņai vairs nepatīk. Piemēram, ja tev nav, ir vērts iegādāties ūdens pudeli, kuru var lietot vairākas reizes. Tev vairs nevajadzēs pirkt plastmasas ūdens pudeles. Savu pudelīti varēsi vienmēr uzpildīt.
- Škirot - Kad esi atteicies, samazinājis un lieto daudzas mantas atkārtoti, šķiro izveidojušos atkritumus. Šķirot ir pavisam vienkārši. Vienā kastē liec kartonu un papīru, otrā plastmasu, trešajā stiklu un ceturtajā metālu. Ierīko arī atkritumu tvertni, kurā metīsi atkritumus, kurus nevar pārstrādāt.
- Kompostēt - Veido komposta kaudzi savā vai savu vecvecāku dārzā. Kompostē mājās , bet, ja tev nav šādas iespējas**,** neuztraucies – organiskie atkritumi sadalīsies arī parastajā atkritumu konteinerī. Lēnāk, bet sadalīsies.

Zero waste ietekme uz klimatu. Jau vairākus gadus izskan satraukums par plastmasas maisiņu milzīgo patēriņu veikalos. Arī Latvijas valdība to ir sadzirdējusi. No 2019. gada 1. janvāra stājušies spēkā grozījumi Iepakojuma likumā, kas paredz bezmaksas plastmasas maisiņu izsniegšanas ierobežošanu, kā arī pircēju informēšanu par alternatīviem iepakojuma veidiem un iespēju izmantot līdzi paņemtos iepakojumus. Jau 2017. gada oktobrī kampaņas «Mazāk ir vairāk» ietvaros rīkotajā diskusijā vides

aizsardzības ekspertu un aktīvistu domas par šā likuma lietderīgumu dalījās. Šobrīd skeptiķu bažas ir apstiprinājušās – neviens nav izjutis ierobežojumus, jo plastmasas maisiņi ir tikpat brīvi pieejami, cik pērn. No 2025. gada 1. janvāra tie būs jāaizstāj ar videi draudzīgākiem. Bieži vien cilvēki neizprot dažādu materiālu dzīves ciklu. Mēs domājam, ka dabiskie materiāli dabā sadalās vieglāk nekā sintētiskie materiāli, tajā skaitā plastmasas. Izrādās, visi sintētiskie materiāli dabā sadalās, turklāt nereti pat ātrāk un neparedzamāk, nekā līdz šim domāts. Jāsaprot, ka plastmasa dabā nekur nepazūd – tā sadalās mazās daļiņās, top par mikro-plastmasu un nonāk dzīvnieku un cilvēku uzturā. Šī problēma rosinājusi daudzus rūpīgāk piedomāt, kādas lietas ielaižam savā dzīvē un kas ar tām notiek pēcāk. *Zero waste* aktīvistiem atteikšanās no plastmasas maisiņiem kļuvusi par ikdienu. Viņi iepirkties dodas, bruņojušies ar biezāka un plānāka auduma maisiņiem, stikla burciņām, daudzreiz lietojamām kastītēm, vaskotām auduma drāniņām, kur lūdz ietīt, piemēram, sieru. Bezatkritumu dzīvesveida īstenotāji šādi rīkojas, jo zina, ka izlietotais maisiņš pēc izmešanas nekur nepazudīs, bet, iespējams, kaut kur nomaldīsies un kļūs par nāves cēloni kādam dzīvniekam.

Pētījuma metodoloģija

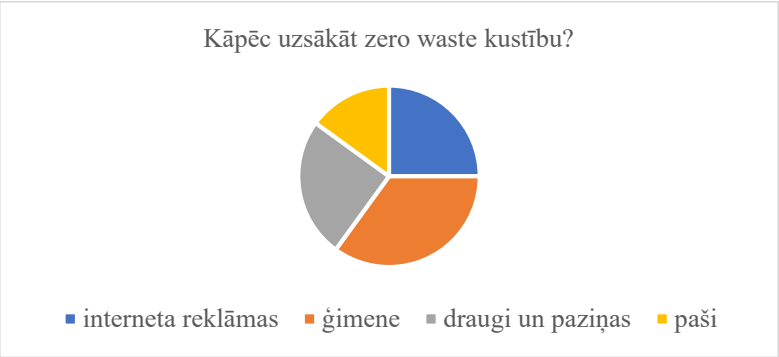
Lai izvērtētu zero waste kustības attīstību Latvijā, darba autore izveidoja aptauju, kuru aizpildīja 100 respondenti. Aptauja ir sastādīta anonīmi un ar atbilžu variantiem. Kā arī, izstrādājot zinātnisko rakstu, autore pielietoja tādas pētniecības metodes kā literatūras analīzi un sekundāro datu analīzi.

Pētījuma rezultāti

Tika veikta anonīma anketēšana starp 100 respondentiem interneta vidē visidati.lv, ar vienu noteikumu, lai šie respondenti būtu zero waste kustības piekritēji. Respondenti atbildēja uz 5 jautājumiem

Anketas sākumā tika jautāts par respondenta vecumu, kur varam redzēt, ka lielākā daļa (70%) bija 21-25 gadus veci, daži ir bijuši līdz 20 gadu vecumam (10%) un pārējie 20% bija virs 25 gadiem.

Otrajā jautājumā respondentiem vajadzēja atbildēt – kāpēc viņi aizsāka zero waste kustību, uz ko 25% atbildēja, ka ieraudzīja internetā, 35% ģimenes dēļ, 25% draugu vai paziņas ietekmējušas un 15% paši uz savas iniciatīvas izmēģināja.



1.att. Kāpēc uzsākāt zero waste kustība? (Avots: Autora pētījums)

Tālāk respondentiem tika jautāts vai viņi bieži iepērkas zero waste veikalos, vai tomēr vairāk parastajos vaikalos, kā piemēram, rimi, maxima, top. 65% atbildēja, ka zero waste veikalos iepērkas 3-4 reizes

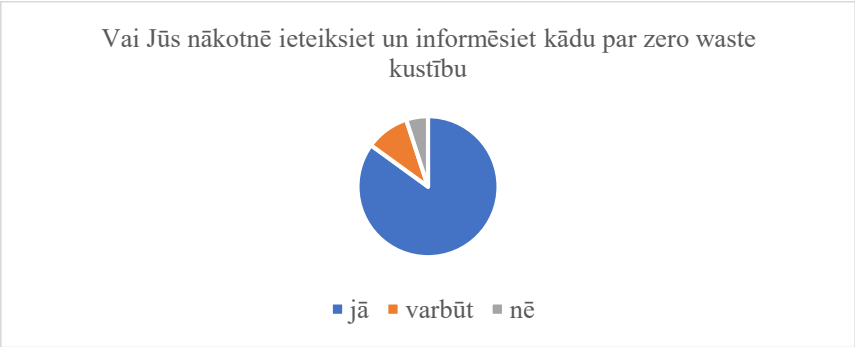
nedēļā, 20% atbildēja, ka 1-2 reizes nedēļā un 15% no respondentiem atbildēja, ka tikai 1 reizi nedēļā iepērkas zero waste veikalā. Tātad šo jautājumu izanalizējot, varam spriest, ka zero waste kustības piekritēji neiepērkas tikai zero waste veikalos, bet arī lielveikalos, kur var nopikt visu kas vajadzīgs, kaut gan esi zero waste piekritējs.

2.att. Cik bieži Jūs iepērkaties zero waste veikalā? (Avots: Autora pētījums)

Kā ceturto jautājumu darba autore uzdeva, vai zero waste veikali Latvijā ir nepieciešami, uz ko 85% respondentu atbiuldēja ar jā, bet vien 15% atbildēja, ka nē, diemžēl nav nepieciešami.

3.att. Vai zero veikali Latvijā ir nepieciešami? (Avots: Autora pētījums)

Pēdējais jautājums bija ‘’Vai Jūs nākotnē ieteiksiet un informēsiet kādu par zero waste kustību?’’ uz ko 85% respondentu atbildēja ar jā, 10% atbildēja ar nē, bet 5% diemžēl atbildēja ar nē.



4.att. Vai Jūs nākotnē ieteiksiet un informēsiet kādu par zero waste kustību? (Avots: Autora pētījums)

Kā otro pētījuma veidu darba autore izvēlējās izpētīt un atrast cik zero waste veikali ir Rīgā un Liepājā. Rīgā darba autore atrada kopumā 4 veikalus: beziepakojuma preču veikals BURKA; Zemes draugs; Ber un sver turzā; Dabas stacija. Taču Liepājā ir tikai viens zero waste veikals – ZeroPauna.

Darba autore veica sekundāro datu analīzi, kur tika uzdoti jautājumi Zero Paunas īpašniekiem Tomam Lagzdiņam un Mārcim Veitam.

Kas ir projekts Zero Pauna?

Zero Pauna ir topošais beziepakojuma veikals Liepājā. Tā būs vieta, kurā iegādāties sveramus produktus tieši tik daudz, cik nepieciešams. Produktus varēs iesvērt savās līdzi paņemtajās burciņās, trauciņos vai maisiņos tādējādi neradot papildus atkritumus un, nemaksājot par iepakojumu, arī ietaupīt.

Kādi ir bijuši lielākie sasniegumi?

Viens no lielākajiem sasniegumiem ir uzņēmuma dibināšana. Kā otrs, savukārt, jāmin pirmo piegāžu veikšanas klientiem uz mājām Biznesa modeļa restarta nedēļas ietvaros. Tas ļāvis mums izprast piegādes procesu un, kas nav mazsvarīgi, redzēt pieprasījumu pakalpojumam.

Kādas ir bijušas lielākās neveiksmes/vilšanās?

Uzskatu, ka neveikšmu un vilšanos mums nav. Es noteikti būtu vīlies, ja redzētu, ka kāds cits ideju īstenotu pirms mums un nožēlotu, ka neuzsāku darbu ātrāk.

Secinājumi

Pētījuma gaitā darba autore izstrādāja šādus secinājumus:

- 85% respondentu ieteiks un informēs citus cilvēkus par zero waste kustību.
- 70% no respondentiem ir vecuma grupā no 21-25 gadiem un 20% ir virs 25 gadiem.
- 15% no respondenteim iepērkas tikai 1 reiz nedēļā zero waste veikalā.
- 15% respondent atbildēja, ka zero waste veikali Latvijā nav nepieciešami.
- 35% respondenti ir uzsākuši šo kustību dēļ ģimenes.
- Latvijas divās lielākajās pilsētās attīstās zero waste kustība, kā arī zero waste veikali.

Latvijas divās lielākajās pilsētās attīstās zero waste kustība, kā arī zero waste veikali. Rīgā - 4 un Liepājā - 1, kas ir labs rādītājs, jo vēl 2020. gada vasaras pirmajā pusē Liepājā nebija atvērts neviens zero waste veikals, taču tagad 2021. gada pavasarī jau ir viens. Kā arī Rīgā jau ir atvērti 4 zero waste veikali, kur pimais veikals tika atvērts 2018. gadā ‘’Burka’’.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Burka (n.d.) *Zero waste*. Elektroniskis resurss [skatīts 01.04.2023.]. Peejams: https://beziepakojuma.lv/zero-waste/

Izvelies.eu (2023). *Zero waste pamatprincipi*. Elektroniskais resurss [skatīts 01.04.2023.] https://izvelies.eu/2019/07/zero-waste-pamatprincipi/

KBI.lv (2023). *Liepājā top pirmais beziepakojuma veikals Zero Pauna*. Elektroniskis resurss [skatīts 01.04.2023.]. Pieejams: https://kbi.lv/2020/06/01/liepaja-top-pirmais-beziepakojuma-veikals-zero-pauna/

Rietumuradio.lv (2021). *Liepajā atvērts bezpiekajoma veikals.* Elektronisks resurss [skatīts 20.03.2021.]. Pieejams: https://rietumuradio.lv/2020/08/19/video-liepaja-atverts-beziepakojuma-veikals-zero-pauna/

Zini Savas Tiesības (2023). *Zero waste kustība.* Elektroniskis resurss [skatīts 01.04.2023.] https://www.zinisavastiesibas.lv/zero-waste-jeb-dzive-ar-samazinatu-atkritumu-daudzumu/

Gints Briedis. INDIVIDUALIZĒTU KANVU RAŽOŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: gints.briedis@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Ir svarīgi ražot kvalitatīvus, individualizētus, ilgspējīgus un oriģinālus drukas produktus, kas varētu interesēt gan juridiskās, gan privātpersonas, kā arī, valsts un pašvaldību iestādes. kanvas izstrādājumu ražošana ir nozare, kas var radīt lieliskas pašreklāmas, atpazīstamības iespējas uzņēmējiem un mākslinieciem Latvijā, piedāvājot noturīgas kvalitātes produktus no kanvas materiāla. Kā uzsvērts The Business Model Canvas grāmatā*: „Let Your Business Thrive with This Simple Model*" (Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014), individuāla pieeja uzņēmējdarbībā ir būtisks faktors, lai nodrošinātu veiksmīgu uzņēmuma darbību.

Pētījuma mērķis: Novērtēt individualizētu kanvas ražošanas nozares potenciālu Latvijā.

Pētījuma metodes: Tās ietver aptauju veikšanu ar iespējamajiem patērētājiem, kā arī intervijas transkripcija pēc iespējām ar uzņēmējiem, kuri ražo kanvas, lai iegūtu viedokļus par kanvas izstrādājumiem Valmierā, to kvalitāti un iespējamajiem uzlabojumiem. Literatūras un interneta avotu izpēte, lai iegūtu informāciju par ražošanas procesiem, izejvielu izmantošanu, kvalitātes kontroli un citiem faktoriem, kas varētu ietekmēt produktu kvalitāti un ražošanas efektivitāti. Jāuzsver arī kanvas ražojumu potenciāls dažādos uzņēmējdarbības sektoros, piemēram, viesmīlības un tūrisma nozarē, kur kanvas produkti varētu sniegt lieliskas iespējas mārketinga un reklāmas jomā.

Sasniegtie rezultāti: Tie ietver informāciju par kanvas ražošanas nozares attīstības tendencēm, pieprasījuma un piedāvājuma analīzi, uzņēmējdarbības iespēju un izaicinājumu identifikāciju, inovatīvu risinājumu piedāvājumu. Šādi rezultāti varētu sniegt ieguldījumu ne tikai uzņēmējdarbības, bet arī kultūras dzīves attīstībā kopumā.

Atslēgas vārdi: kanvas ražošana; oriģināla druka; dabīgie materiāli.

Ievads

Kvalitatīvi, izturīgi, individualizēti dizaina priekšmeti ir daudzu cilvēku neatņemama ikdiena. Dizaina priekšmetus mēs redzam sev apkārt, lai kurp mēs arī dotos. Kā piemērs ir gleznas pie sienas, apdrukāti interjera priekšmeti, tai skaitā pat tapetes, kuras pēdējā laikā ir populāras dizaineru vidū. Pēc individuāla pasūtījuma var ražot arī kanvas, kuras Latvijā ir lieliska pašreklāma, inicējot dažādu mākslinieku radītus vizuālus objektus, tādējādi sniedz atpazīstamību pašiem mākslinieciem un sniedz klientam iespējas parādīt citiem savu gaumi un rocību. Mūsdienās aizvien vairāk cilvēku meklē produktu, kaut ko tādu, kas ir atšķirīgs un pēc izskata reprezentabls ar pievienoto vērtību. Kā piemērs un viens no kanvu „flagmaņiem" ir moduļu kanvas izstrādājumi, kuri kļuvuši par populāru izvēli gan juridisko, gan privātpersonu lokā, kā arī valsts un pašvaldību iestāžu vidū.

Pētījuma temats ir aktuāls ne tikai Latvijas galvaspilsētā Rīgā, bet arī citās Latvijas pilsētās. Autors veica izpēti, lai noskaidrotu cik uzņēmumu Valmierā nodarbojas ar drukas pakalpojumu sniegšanu, kā arī veica Valmieras iedzīvotāju aptauju, lai saprastu, vai Valmierai ir nepieciešamība pēc uzņēmuma, kas ražo kanvas gleznas. Aptaujā noskaidrots, ka lielākā daļa Valmieriešu nezina, kur Valmierā ir kāda

iespēja izveidot kanvas gleznu, kas pierāda šī pētījuma aktualitāti Valmierā.

Pētījuma ideja ir jebkuram klientam dot iespēju izveidot savu personīgo foto gleznu, kas tiek uzdrukāts uz īpaša auduma ar augstu kvalitāti, jebkurā izmērā, lai pieskaņotos jebkuram interjeram. Īpaši izveidotā personalizētā kanvas glezna ir labs veids, kā iemūžināt savas dzīves svarīgos mirkļus un novietot sev īpašā vietā, kā arī uzņēmumiem savus logo, vai arī, darbinieku kopbildes. Klientam ir iespēja iesūtīt savu bildi un vēlamo izmēru atbilstoši noteiktajiem parametriem, kuri ir redzami veicot pasūtījumu.

Pētījuma uzdevums ir veikt iedzīvotāju aptauju, lai noskaidrotu kavas darbnīcas nepieciešamību Valmierā, tāpat arī apkopoti rezultāti un izvirzīti secinājumi. Aptaujas veids ir vieglākais, lētākais un ātrākais veids, lai iegūtu datus operatīvi, salīdzinoši precīzi, tai pat laikā ar iespēju uzdot papildus jautājumus un iegūt viedokļus. Papildus ir iespēja nolasīt ķermeņa valodu un emocijas runājot par aktuālo tēmu uzņēmējdarbības uzsākšanai.

Pētījuma rezultāts veic ieskatu par kanvas gleznu izgatavošanas nepieciešamību Valmierā, kā arī, pēc respondentu viedokļiem var secināt, ka aptaujātajiem valmieriešiem nav zināmu konkrētu uzņēmumu, kuri nodarbojās ar kanvas gleznu ražošanu, vai, kas būtu tieša veida konkurenti. Lai arī kanvas ražošana notiktu tieši Valmierā, uzņēmums sniegtu iespēju veikt pasūtījumus uz jebkuru Latvijas pilsētu, izmantojot pasta starpniecību. Uzņēmums izmantotu sociālos tīklus, lai sevi efektīvi reklamētu, kā piemēram, instagram un tiktok. Tiktok uzņēmums sniegtu klientiem iespēju ieskatīties drukas ražošanas ikdienā, kā arī atspoguļotu produktu izgatavošanu, izmantojot tiešraides opcijas. Tādā veidā sevi uzņēmums sevi popularizētu, audzējot sekotāju skaitu, kas vienlaikus būtu potenciālie klienti.

Analītiskais apskats

Kanvas ražošanas nozarei, līdzīgi kā citām nozarēm, ir būtiska individuāla pieeja, lai nodrošinātu veiksmīgu uzņēmuma darbību. Kanvas ražošanas iespēja varētu sniegt iespējas uzņēmējiem un māksliniekiem radīt noturīgas kvalitātes produktus no kanvas materiāla, kas varētu interesēt gan privātpersonas, gan valsts un pašvaldību iestādes (Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014).

Tomēr, lai uzņēmējdarbība šajā jomā varētu būt veiksmīga, ir svarīgi saprast šīs nozares aktualitātes, iespējas un izaicinājumus. Valmieras pilsētā un tās apkaimē kopumā darbojas 9 ar druku saistīti uzņēmumi, bet nevienam no viņiem nav tiešs sakars ar kanvas ražošanu (ZL.lv).

Kanvas (canvas) ir fantastisks veids kā reproducēt klasiskos vai mūsdienu mākslas darbus, vai vienkāršu fotogrāfiju pārvērst īstā mākslas darbā. Kanva būs gaumīgs interjera dekors gan mājās, gan birojā, kā arī lieliska un oriģināla dāvanas izvēle. Kanvas ir viens no populārākajiem dabīgajiem materiāliem tekstilizstrādājumu ražošanai, kas varētu sniegt iespējas inovatīvām tekstilizstrādājumu dizaina idejām un kultūras dzīves attīstībai kopumā (Huey-Song, 2015).

Lai nodrošinātu kanvas izstrādājumu individuālu raksturu un augstu kvalitāti, ir jāpievērš liela uzmanība gan materiāla izvēlei, iekārtām, gan drukas procesam un citiem faktoriem. Lai gan dabiskais materiāls - kanvas - ir populārs un bieži izmantots šajā nozarē, ir svarīgi ņemt vērā arī citas izejvielas un tehnoloģijas, kas var uzlabot produktu kvalitāti un piešķirt tam vēl vairāk oriģinalitātes un ilgspēju. Turklāt, uzņēmējiem, kuri nodarbojas ar kanvas ražošanu, svarīgi pievērst uzmanību arī uzņēmējdarbības modeļa izstrādei un piemērošanai sava biznesa idejai un materiālajām iespējām. Kā uzsvērts grāmatā The Business Model Canvas:„individuāla pieeja uzņēmējdarbībā ir būtisks faktors, lai nodrošinātu veiksmīgu uzņēmuma darbību“ (Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014).

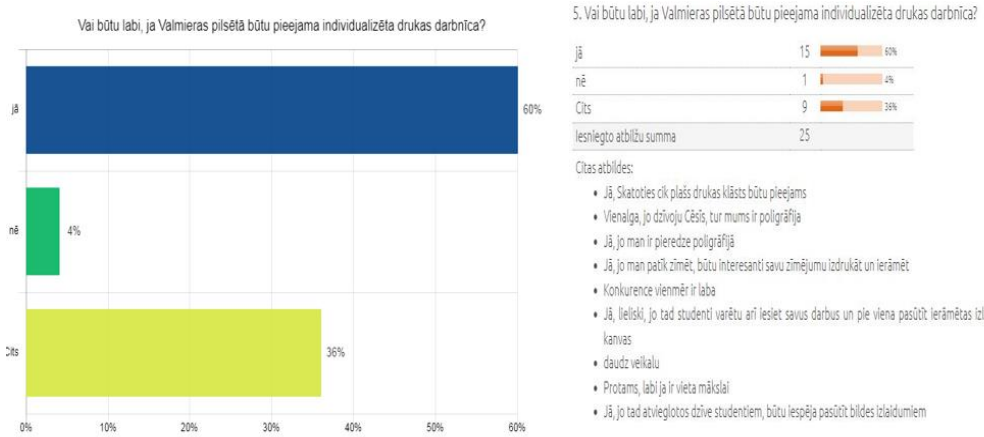
Pētījuma metodoloģija

Pētījuma pamatā tika izmantota teorētiskā – literatūras un interneta izpētes avoti, kā arī respondentu aptaujāšanas metodoloģija. Lai apzinātu iespējamo klientu viedokļus un vēlmes, tika izmantots empīriskais pētījums- aptaujas veikšana, kurā piedalījās 25 respondenti. Aptaujai ir informatīva metode, informācijas ievākšanai, un tā ir paredzēta noderīgas informācijas iegūšanai no Valmieras pilsētas iedzīvotājiem, kurā arī ir plānots kanvas darbnīcas izveide. Aptaujas metode ir viena no bieži izmantotajām sociālo zinātņu pētniecības metodēm un var tikt izmantota gan kvantitatīvā, gan kvalitatīvā pētījumā.

Respondentu aptaujāšana tika veikta divu nedēļu garumā un aptaujā tika iekļauti 6 jautājumi, no kuriem 3 tika atspoguļoti pētījumā secinājumu veikšanai. Lietojot aptaujas datu analīzi, ir svarīgi saprast aptaujas nozīmi un kāpēc tiek veikta. Aptaujas var sniegt vērtīgu informāciju par sabiedrības uzskatiem, paradumiem, vēlmēm un vajadzībām, kas ir būtisks resurss lēmumu pieņemšanai. (Heeringa, West, & Berglund, 2017). Aptauja tika veidot tā, lai tā būtu viegli uztverama, ņemot vērā teorētiskos nosacījumus, izmantojot gan gradēšanu, gan vienkāršus nepārprotamus jautājumus. Tas paredzēts, lai respondents netiktu nogurdināts un nebūtu jālasa gari grūti izprotami jautājumi. Kā arī dodot aptauju respondentam, viņam jau sākumā tiek izstāstīta metodoloģija un tas, kas viņam būs jāizdara un kādiem nolūkiem aptauja tiek veikta. Aptaujā tiek uzdoti tādi jautājumi kā, vai respondents dzīvo Valmierā, vai viņam zināmi konkurenti drukas nozarē, idejas novērtējums, gradējot no 1 līdz 7, kā arī vai respondents zina kas ir kanva, tas, vai viņam patiktu, ja pilsētā būtu šāda drukas darbnīca, kā arī kādu labumu un iespējams pakalpojumu vēl varētu ražot bez kanvas drukas.

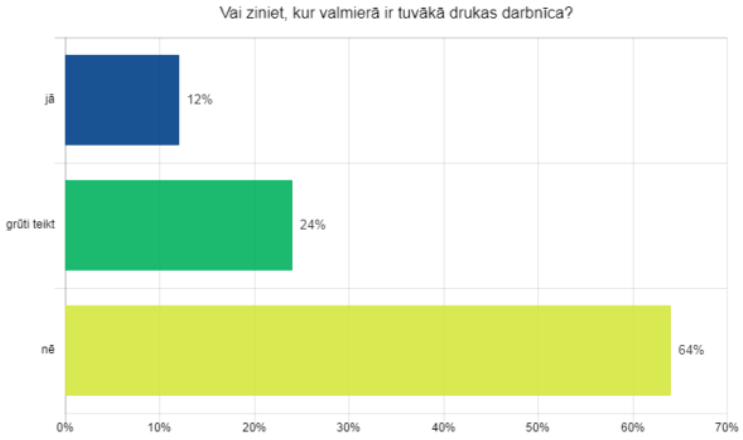
Pētījuma rezultāti

Autoram veicot pētījumu tika veikta 25 Valmieras iedzīvotāju aptaujāšana, kuru vidējais vecums ir 30, 5 gadi. Tika ievākta informācija par to, ko domā Valmierieši, ja pilsētā būtu jauna drukas darbnīca, kurā varētu pasūtīt un iegādāties individualizētus kanvas izstrādājumus, kur 60 % no respondentiem to novērtēja atzinīgi, 4% atturējās, bet 36% bez kanvas izstrādājumu ražošanas, vēlējās plašāku pakalpojumu klāstu (sk. 1.att.).



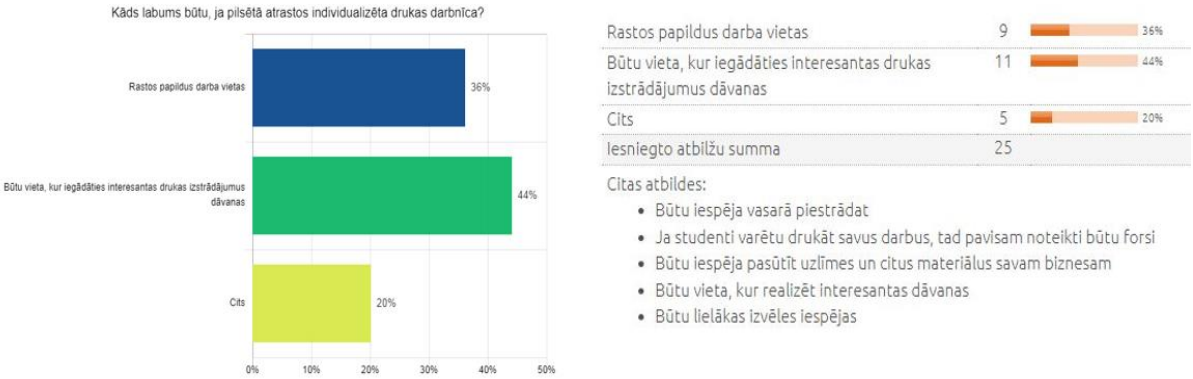
1.att. Vai būtu labi, ja Valmieras pilsētā būtu pieejama individualizēta drukas darbnīca?
(Avots:Autora veiktās aptaujas rezultāta apkopojums)

Autors papildus uzrunājot iespējamos patērētājus, vēlējās noskaidrot respondentu zināšanas par citiem drukas uzņēmumiem, kur 64% atbildēja, ka nav ne jausmas par to eksistenci, 12% zināja teikt, bet 24% nebija pārliecināti (sk. 2.att.). viņa ikdienā un to, vai vēlētos tādu iegādāties sev vai uzdāvināt kādam draugam, ģimenei vai pazīstam cilvēkam. Aptauja tika veikta uzrunājot Valmieras iedzīvotājus, ļaujot tiem aizpildīt planšetē uzdotos aptaujas jautājumus, papildus veicot skaidrojošo funkciju.



2.att. Vai ziniet, kur valmierā ir tuvākā drukas darbnīca? (Avots:Autora veiktās aptaujas rezultāta apkopojums)

Pēc respondentu atbildēm tika noskaidrots, ka 36% novērtētu jauno uzņēmumu pilsētā, jo būtu jaunas darba vietas, 44% būtu priecīgi par dāvanu un drukas pakalpojumu iegādi, bet 20 vēlētos papildus pakalpojumus, ne tikai kanvas. To, ka Valmierieši labprāt vēlētos savā pilsētā individualizētu drukas darbnīcu, papildus tika noskaidrots kanvas ražošanas iespējamās attīstības tendences par kurām izteicās Valmierā dzīvojošie jaunieši, kuri jaunāki par 20 gadiem, minot absolvēšanas foto gleznas, kā arī dažādas uzlīmes (sk. 3. att.).



3.att. Kāds labums būtu, ja pilsētā atrastos individualizēta drukas darbnīca? (Avots:Autora veiktās aptaujas rezultāta apkopojums)

Mainoties pieprasījumam, piemēram, ja laika gaitā palielināsies pieprasījums pēc iepriekš minētiem pakalpojumiem, ir nepieciešams izskatīt iekārtu, tehnoloģisko un izejvielu piedāvājumu kā piemēram:

— *Ilgtspējīgas izejvielas*. Arvien lielāka uzmanība tiek pievērsta ilgtspējīgu un videi draudzīgu izejvielu izmantošanai kanvas ražošanā. Tas ietver augstas kvalitātes ilgnoturīgu tinti, eļļas krāsas, bioloģiski noārdāmas izejvielas un citus alternatīvus materiālus.

— *Ploteris uzlīmju izgriešanai*. Lai paaugstinātu efektivitāti un samazinātu darbaspēka izmaksas, daudzas drukas ražotnes ievieš automatizētas iekārtas, kas samazina cilvēka iesaisti un palielina ražošanas ātrumu un precizitāti.

— *Digitālā tehnoloģiju izmantošana*. Digitālās tehnoloģijas, piemēram, 3D printeris, ļautu palielināt ražošanas efektivitāti un precizitāti, samazinot laiku, kas veltīts paraugu izveidei un produktu kvalitātes pārbaudei, izstrādājot individualizētus kanvas rāmjus.

— *Personificētas izstrādājumu piedāvājumi interneta veikalā*. Piedāvāt personificētus dizaina izstrādājumus, kas atbilst klientu individuālajām vajadzībām. Tas ietvertu izstrādājumu pielāgošanu atbilstoši klienta specifikācijām un vēlmēm.

Secinājumi

Aptaujātie respondenti bija vecumā no 17 līdz 50 gadiem. Apsekojot Valmieras pilsētas apkārtni, netika atklāta neviena oficiāla drukas darbnīca vai tipogrāfijas uzņēmuma. Aptaujas dati, jeb 60% no visiem respondentiem vēlētos individuālu drukas darbnīcu, kurā būtu iespējams iegādāties individualizētu kavas produktu. 64% no visiem respondentiem atzina, ka nezin, vai apkārtnē ir kāds drukas vai poligrāfijas uzņēmums, kurš tiešā veidā veidotu konkurenci, kas ir lieliski, lai uzsāktu savu uzņēmējdarbību. Kā nākotnes attīstības iespējas aptaujājot respondentus, tika noskaidrots, ka 5% respondenti kā papildus pakalpojumu vēlētos uzlīmju un foto drukas iespējas. Tas ļautu paplašināt drukas pakalpojumus nākotnē.

Lai gan 5% liekas maz, bet jāsaka, ka Valmiera ir blīvi apdzīvota pilsēta ar vairāk nekā 25 tūkstošiem iedzīvotājiem, un uzņēmums, kā noskaidrojām, kas nosacīta monopola apstākļos spētu nodrošināt klientus ar pasūtījumiem. Jāteic, ka autors noskaidroja, ka Valmierā un tās tālākos apgabalos kopumā darbojas 9 drukas uzņēmumi, kuri nav tieši saistīti ar kanvas ražošanu un tirdzniecību. Kā arī pēc autora domām biznesam varētu veidoties sadarbība ar Vidzemes augstskolu, kura savām biznesa vajadzībām varētu iegādāties dažādus kanvas izstrādājumus, kā arī jau pēc respondentu ieteikumiem, varētu nodrošināt foto un uzlīmju drukas pakalpojumus.

Jāpiebilst arī studenti, kuriem nepieciešams iešūt diplomdarbus, beidzot skolu, to varētu izdarīt drukas darbnīcā, kā arī uzņēmums spētu ar laiku nodrošināt dažādu foto materiālu druku. Kopumā darba autoram veicot aptauju ar Valmieras pilsētas iedzīvotājiem un izpētot konkurentus, to skaitu kopumā, kā arī iedzīvotāju blīvumu, var secināt, ka drukas darbnīca, kura piedāvā specializētus drukas kanvas materiālus ir iespējama un iedzīvotājiem interesanta. Diemžēl konfidencialitātes un konkurences ierobežošanas nolūkos, uzņēmumi kuri nodarbojas ar drukas pakalpojumu sniegšanu Valmierā atteicās sniegt jebkāda veida intervijas, kā arī veikt ekskursiju pa to ražošanām, tāpēc nav veikta intervijas transkripcija.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Centrālā Statistikas Pārvalde (2023). *Iedzīvotāju skaits pēc tautības reģionos, novados, pilsētās, pagastos, apkaimēs un blīvi apdzīvotās teritorijās – Tautība, laika periods un visas teritorijas.* Elektroniskais resurss [skatīts 18.03.2023]. Pieejams: https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__POP__IR__IRE/RIG040/table/tableViewLayout1/

Delfi.lv (2019). *Rīgas tekstilrūpniecības uzņēmums laužceļu audumu digitālās drukas tirgū.* Elektroniskais resurss [skatīts 18.03.2023]. Pieejams: https://www.delfi.lv/bizness/biznesa_vide/rigas-tekstilrupniecibas-uznemums-lauz-celu-audumu-digitalas-drukas-tirgu.d?id=51531801

Heeringa, West, & Berglund. (2017). *Applied Survey Data Analysis.* Elektroniskais resurss [skatīts 18.03.2023]. Pieejams: https://www.pdfdrive.com/applied-survey-data-analysis-chapman-hall-crc-statistics-in-the-social-and-behavioral-scie-e156818901.html

Huey-Song (2015). *The Handbook of Textile Culture.* Elektroniskais resurss [skatīts 18.03.2023]. Pieejams: https://core.ac.uk/download/pdf/109855671.pdf

Osterwalder, Bernarda & Smith. (2014). *Value Proposition Design.* Elektroniskais resurss [skatīts 18.03.2023]. Pieejams:https://www.pdfdrive.com/value-proposition-design-d25619718.html

Viarcanvas.com (2020). *Moduļu kanvas: ļauj veidot dažādas kompozīcijas.* Elektroniskais resurss [skatīts 18.03.2023]. Pieejams: https://viarcanvas.com/lv/blog/modu%C4%BCu-kanvas-generators%20

ZL.LV (2023). *Poligrāfijas pakalpojumi valmierā.* Elektroniskais resurss [skatīts 18.03.2023]. Pieejams: https://meklesanas-rezultats.zl.lv/Poligr%C4%81fijas+pakalpojumi/Valmiera

Justīne Matisone. TŪRISMA NOZARE LATVIJĀ PĒC COVID-19 PANDĒMIJAS

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: justinematisone@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Lai gan kopš 2021. gada maija tūrisma nozares apgrozījuma rādītājos ir manāms uzlabojums, 2021. gada septembrī tas joprojām bija tālu no pirms-pandēmijas līmeņa. Attiecīgi izmitināšanas nozarē kritums bija par 42% salīdzinājumā ar 2020. gada janvāri, bet ceļojumu biroju, tūrisma operatoru rezervēšanas pakalpojumu sniedzējiem samazinājums bija par 44%. Covid-19 krīze tūrisma mītnes nav skārusi vienādi – ir uzņēmēji, kas arī šajā laikā spēj atrast veidus, kā pielāgoties un piesaistīt tūristus, neciešot lielus zaudējumus, ir tādi, kuri pārstrukturējuši savu darbību un krīzi pārcieš, ienākumus ģenerējot ar cita veida uzņēmējdarbību, bet ir tādi, kuri darbību tūrisma nozarē pārtraukuši uz laiku vai pilnībā. 2021. gada 9 mēnešos Latvijas tūristu mītnēs apkalpots 1 miljons ārvalstu un vietējo viesu, kas ir par 18.7% mazāk nekā 2020. gada attiecīgajā periodā 2021. gada vasaras mēnešos, tāpat kā gadu iepriekš, tūristu aktivitāte nedaudz atjaunojās līdz ar ierobežojumu mīkstināšanu, tomēr tā bija vājāka nekā 2019. gadā (Latvijas Banka, 2022).

Pētījuma mērķis: Novērtēt tūrisma nozares attīstības iespējas pēc Covid-19 pandēmijas.

Pētījuma metodes: Mediju monitorings, lai iegūtu priekšstatu par norisēm tūrisma nozarē pēc pandēmijas, noskaidrot izmaiņas mērķauditorijas vajadzībās un vēlmēs, kā arī Sekundāro datu analīze, lai teorētiski izpētītu tūrisma nozari pēc Covid-19 pandēmijas.

Sasniegtie rezultāti: Veicot mediju monitoringu un analizējot sekundāros datus, novērtēt tūrisma nozari pēc Covid- 19 pandēmijas, kā arī izvērtēt tūrisma nozares attīstības iespējas

Atslēgas vārdi: tūrisms Latvijā; tūrisma nozares attīstība.

Ievads

Tūrisma industrija ir viena no perspektīvākajām un visattīstītākajām globālās ekonomikas nozarēm. Tūrisma nozare Latvijā veido 4,1% no vietējā kopprodukta, eksports veido 4,5% no kopējā Latvijas eksporta un kopā ar saistītajām nozarēm tūrisma nozare nodrošina 8,9% darba vietu Latvijā. Mūsdienu apstākļi, rada konkurenci pasaules tūrisma tirgū. Tūrisma nozares konkurētspējas paaugstināšanas problēma kļūst arvien aktuālāka un īpaši aktuāla ir jautājuma izpēte reģionālā tūrisma tirgus konkurētspēja Latvijā. No vienas puses, tūrisma attīstība veicina daudzu reģionu sociālekonomisko problēmu decentralizāciju, un, no otras puses, reģionu sociālekonomiskie apstākļi, kā arī potenciālās un reģionālās aktivitātes tūrisma un atpūtas tūrisma attīstības jomā nosaka panākumus un tā konkurētspēju. Tā kā reģionus ietekmē daudz dažādu pakāpju faktori un apstākļi (dabiskie, ekonomiskie, sociālie, vides, vēsturiskie, politiskie u.c.), tad reģionu attīstības līmeņi nav vienādi. Valsts galvenokārt risina regulatīvos jautājumus un reģionālā tūrisma starptautisko mārketingu, savukārt vissvarīgākā loma ir reģionālā tūrisma atbalsta nodrošināšanai un veicināšanai, ko veic reģionālās un vietējās pašvaldības. (Lukjanova, 2019)

Izstrādājot stratēģiskus plānus uzņēmējdarbības attīstībai un domājot par iespējamiem konkurētspējas paaugstināšanas veidiem, ir vērts apsvērt iespējamās sadarbības iespējas pat ar konkurentiem. Sadarbību kā procesu var atrast visās jomās, bet no biznesa analīzes viedokļa, pētot uzņēmumu sadarbību, sadarbība notiek tad, ja divām vai vairākām pusēm (uzņēmumiem) ir mērķi, kas ir savstarpēji atkarīgi. Ir daudz sadarbības veidu un formu, kas katram uzņēmējam ir izvēles iespējas – formāli un neformāli, vertikāli un horizontāli, centralizēti un decentralizēti un citi. Jāizvērtē visi ieguvumi un iemaksas, kad izvēlēties konkurēt un kad sadarboties. No sadarbības tīklu viedokļa tūrismā kā pakalpojumu nozares nozarē ir vairākas specifikas. Tūrisma nozare tiek uzskatīta par ļoti neviendabīgu nozari, tā aptver tādas daudzveidīgas sadaļas kā izmitināšana, ceļojumu aģentūras, sabiedriskā ēdināšana, tūrisma pārvadājumi un citas nozares. Kanādas tūrisma Komisija uzskaita šādus sadarbības partnerību veidus starp tūrisma uzņēmumiem – konsorcijs, kopuzņēmums, stratēģiskās apvienības, kooperatīvais mārketings, vērtību ķēdes attiecības, organizācijas tīkli, ārpakalpojumi. Tūrisma produktam ir vairākas specifiskas iezīmes, kas ietekmē visus šos sadarbības veidus, radot zināmas dažādības. Tūrisma nozarē nav tik skaidra sadarbība kā citās ekonomikas jomās. Potenciālajam tūristam ir vairākas iespējas, kā iegādāties tūrisma pakalpojumus – būt patstāvīgam un tieši kontaktēties ar piegādātājiem; vai cita iespēja – doties pie tūrisma starpniekiem, piemēram, ceļojumu aģentūrām, un izvēlēties veselu tūrisma piedāvājuma komplektu ar visiem nepieciešamajiem pakalpojumiem. (Šavriņa, u.c., 2008)

Lai gan tūrisma nozarei Latvijas tautsaimniecības ienākumu struktūrā nav salīdzinoši nozīmīga loma, tomēr tā veic sociālekonomiski svarīgu funkciju. Tā nodrošina darbu ne vien klasiskajās ar tūrismu saistītajās vietās - viesnīcās, restorānos, pasažieru pārvadājumos, gidu pakalpojumu jomā u.tml., bet veicina ienākumu plūsmu valstī arī netieši, proti, nodrošinot ienākumus tūrisma nozarei piesaistītajām precēm un pakalpojumiem (piemēram, suvenīru tirdzniecība, dažādi izklaides pasākumi, medicīnas pakalpojumi, vides labiekārtošana u.c.). (Latvijas banka, 2016)

2020. gada vasarā, pēc veiksmīgas Covid-19 pandēmijas pirmā viļņa pārvarēšanas, Latvijas tūrisma nozares pārstāvji nākotnē raudzījās ar cerībām un vēl 2021. gada sākumā plānoja tūrisma attīstību ar plus zīmi. Covid-19 krīze tūrisma mītnes nav skārusi vienādi – ir uzņēmēji, kas arī šajā laikā spēj atrast veidus, kā pielāgoties un piesaistīt tūristus, neciešot lielus zaudējumus, ir tādi, kuri pārstrukturējuši savu darbību un krīzi pārcieš, ienākumus ģenerējot ar cita veida uzņēmējdarbību, bet ir tādi, kuri darbību tūrisma nozarē pārtraukuši uz laiku vai pilnībā. (Latvijas Banka, 2022)

Pētījuma metodes ietver mediju monitorings, lai iegūtu priekšstatu par norisēm tūrisma nozarē pēc pandēmijas, noskaidrot izmaiņas mērķauditorijas vajadzībās un vēlmēs, kā arī Sekundāro datu analīze, lai teorētiski izpētītu tūrisma nozari pēc Covid-19 pandēmijas. Veicot mediju monitoringu un analizējot sekundāros datus, tika novērtēta tūrisma nozare pēc Covid- 19 pandēmijas, kā arī tika izvērtētas tūrisma nozares attīstības iespējas.

Analītiskais apskats

2020. gada pavasarī pienāca vēstures beigas – pāris nedēļu laikā tūrisma nozare visā pasaulē piedzīvoja ļoti nopietnu satricinājumu. Apgrozījuma kritums vairāk nekā 90 % apmērā 2020.gada martā, 100 % apmērā 2020. gada aprīlī, aizvērtas viesnīcas, tukši restorāni, slēgti dabas objekti un skatu torņi. Neziņa un izmisuma pilni vadošo tūrisma asociāciju – Latvijas Tūrisma aģentu un operatoru asociācijas, Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas, Latvijas Restorānu biedrības, LLTA "Lauku ceļotājs" – piedāvājumi situācijas risināšanai un uzņēmumu glābšanai. Tāda ir situācija, kas raksturo tūrisma nozares visjaunāko laiku vēsturi, kura neapšaubāmi ir sākusies 2020. gadā. (Andriksone, u.c., 2021)

2020. gada 18. jūnijā Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācija, Latvijas Restorānu biedrība, Asociācija "Lauku ceļotājs", Latvija Tūrisma aģentu un operatoru asociācija un Latvijas Pasākumu producentu asociācija parakstīja oficiālu vēstuli Eiropas Komisijai par dramatisko situāciju viesmīlības nozarē Latvijā un nacionālās valdības nespēju nodrošināt dzīvotspējīgi risinājumi. (Latvijas tūrisma un viesmīlības nozares atklātā vēstule uz Eiropas Komisija, 2020. gada 18. jūnijs). Šī vēstule apliecināja nevalstisko organizāciju lomu nozares attīstībā un spēju vienoties krīzes apstākļos. (Livina, u.c., 2021)

Vērtējot tūrisma nozari 2022. gada vasaras sezonā, novērojama stabila tūrisma nozares atkopšanās pēc Covid-19 pandēmijas radītās negatīvās ietekmes. Ir novērojams ļoti liels pieprasījums pēc ceļojumiem, tomēr pandēmijas radītās sekas ir atstājušas negatīvu ietekmi, un 2022. gadā nācās saskarties ar jauniem izaicinājumiem un satricinājumiem – darbinieku trūkumu, aviokompāniju nespēju apmierināt pieaugošo pieprasījumu. Tāpat, ņemot vērā ģeopolitiskos notikumus, ļoti nopietna ir bijusi ietekme uz cenām, to pieaugumu saistībā ar energoresursu un degvielas izmaksu palielinājumu. Savukārt Latvijas ienākošajā tūrismā atkopšanās ir vērojama lēnāka nekā cituviet Eiropā, kā iemesls tam ir Krievijas izvērstā karadarbība Ukrainā. (Lingebērziņš, 2022)

Baltijas jūras reģiona tūrisma jomas attīstībā nozīmīga loma ir nacionālās lidsabiedrības esamība, *airBaltic* ir lielākais tirgus spēlētājs Baltijas valstīs un būtiski veicina ceļošanas iespēju plašo klāstu un veicina ārvalstu tūristu plūsmu uz Baltijas valstīm un Latviju, kam ,protams, ir pozitīva ietekme tūrisma ekonomikā. Raugoties ilgākā perspektīvā, var uzskatīt, ka *airBaltic* ir bijis nozīmīgs tūrisma nozares partneris, kas ļāvis īstenot gan aktivitātes tūristu piesaistei, gan veidot Latvijas kā tūrisma galamērķa tēlu. (Lingebērziņš, 2022)

Par zināmu nozares atgūšanos no šoka stāvokļa var uzskatīt 2020. gada maiju, kad tūrisma terminoloģiju papildināja divi jauni jēdzieni, kuriem var atvēlēt nozīmīgu vieta Latvijas tūrisma vēsturē: "jaunais normālais" un "Baltijas burbulis":

- Jaunais normālais: ārkārtas situācijas un Covid-19 pandēmijas radīto ierobežojumu apkopojums, kurš raksturo sabiedrības uzvedības normas, ievērojot epidemiologu noteiktos ierobežojumus.
- Baltijas burbulis: iespēja ceļot starp Baltijas valstīm. 2020. gada maijā tā kļuva par pirmo brīvās pārvietošanās zonu visā Eiropas Savienībā, saglabājoties ceļošanas ierobežojumiem, kuras valstis ieviesa, cenšoties samazināt infekcijas Covid-19 izplatību. Četrus mēnešus vēlāk burbulis pārplīsa. (Andriksone, u.c., 2021)

Prognozes par tūrisma nozares attīstību saistībā ar energoresursu cenu lēcienu un ar to radīto inflāciju ir skatāmas divos aspektos. Ja skatāmies uz ienākošo tūrismu, tad, piemēram, 2022.gada jūlijā inflācija Rietumeiropas valstīs nav bijusi tik augsta kā Latvijā, kas nozīmē, ka izmaksu pieaugumu Rietumeiropas valstīs neizjūt tik lielā mērā kā Latvijā. Tuvākajā laikā joprojām saglabāsies drošības aspekts kā galvenais galamērķa izvēli noteicošais aspekts, un tikai tad savienojamība un lidojumu piedāvājums. Daudz svarīgāk ir spēt nodrošināt cenas un kvalitātes attiecību – Latvija nevar kļūt par dārgu ceļojumu galamērķi, vienlaikus nenodrošinot augstu pakalpojumu kvalitāti un tas ir saistīts ar darbaspēka pieejamību kā vienu no šī brīža nozares izaicinājumiem. (Lingebērziņš, 2022)

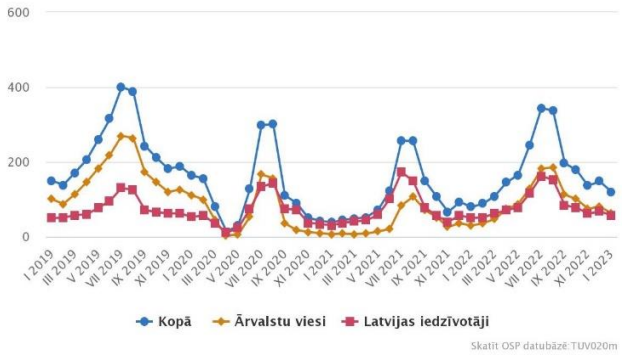
Pētījuma metodoloģija

Pētījumā par Tūrisma nozari Latvijā pēc Covid-19 pandēmijas autore izmantoja kvantitatīvās un kvalitatīvās datu vākšanas metodes. Kā kvantitatīvo datu vākšanas metodi autore izvēlējās sekundāro datu analīzi. Tādā veidā tika apkoptas tūrisma tendences Latvijā pirms un pēc Covid-19 izraisītās

pandēmijas. Savukārt no kvalitatīvo datu vākšanas metodēm autore mediju monitoringu 2020. – 2023. gada publikācijas par Covid-19 pandēmijas ietekmi tūrisma jomā un paredzamo atkopšanās procesu. Uzskatāmai datu atspoguļošanai tikai izvēlēta grafiskā metode

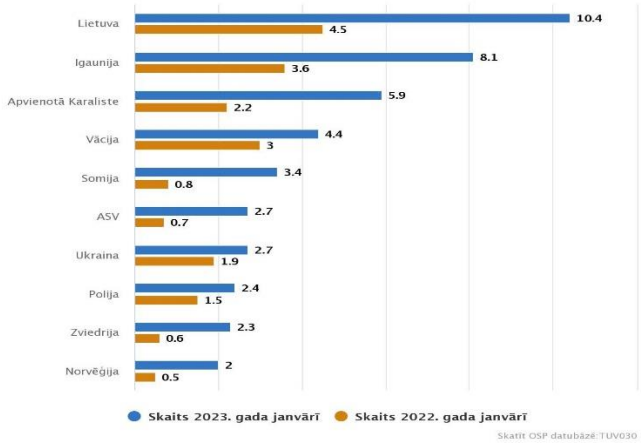
Pētījuma rezultāti

Izpētot Centrālās statistikas pārvaldes datus var novērot, ka 2023.gada janvārī tika apkalpoti 57,2 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju, kas ir par 14,7% vairāk nekā 2022.gada janvārī un par 8,1% vairāk nekā 2020.gada janvārī, pirms Covid – 19 izraisītās pandēmijas sākuma. Iedzīvotāji pavadīja 98,5 tūkstošus naktis, kas salīdzinot ar 2022.gadu ir palielinājies par 13,5% (sk. 1. att.).



1.att. Tūristu mītnes apkalpoto viesu skaits 2019. -2023. gada mēnešos (Avots: Centrālās statistikas pārvalde)

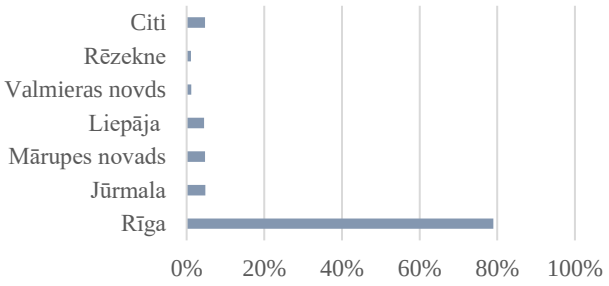
2023.gada janvārī Latvijas tūristu mītnēs apkalpoti 120,1 tūkstoši ārvalstu un vietējo viesu, kas ir par 51,5% vairāk nekā 2022.gada janvārī, liecina Centrālās statistikas pārvaldes sniegtie dati. Ārvalstu un vietējie viesi naktsmītnēs ir pavadījuši 217,1 tūkstošus nakšu, kas salīdzinot ar 2022. gada janvāri ir par 48,1 procentu vairāk (sk. 2. att.).



2.att. Latvijas tūristu mītnēs apkalpoto ārvalstu viesu skaits 2023. un 2022. gada janvārī (Avots: Centrālās statistikas pārvalde)

Visvairāk apkalpotie ārvalstu viesi ir no Lietuvas 2022.gada janvārī tie bija 4,5 tūkstoši viesu, savukārt 2023. gada janvārī viesu skaits no Lietuvas ir jau 10.4 tūkstoši. 2022. gada janvārī vismazāk ārvalstu viesu bija no Norvēģijas, tikai 0,5 tūkstoši, savukārt 2023. gada janvārī šis skaits ir četrkāršojies un ir 2 tūkstoši.

Balstoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datiem visvairāk ārvalstu viesu uzņemti Rīgā – 79 %, Jūrmalā – 4,8 %, Mārupes novadā – 4,7 %, Liepājā – 2,1 %, Valmieras novadā – 1,2 % un Rēzeknē – 1,1 % (sk. 3.att.).



3.att. Pilsētas, kurās visvairāk uzņemti ārvalstu viesi (Avots: Centrālās statistikas pārvalde)

Salīdzinot iegūtos datus var novērot, ka pieprasītākais galamērķis ārvalstu viesiem ir Latvijas galvaspilsēta Rīga un tikai otrajā vietā ir kūrortpilsēta Jūrmala, savukārt biežākie viesi ir ijuši no Lietuvas.

Secinājumi

Balstoties uz iegūtajiem datiem autore var secināt, ka:

- Teorētiskie materiāli liecina, ka tūrisma joma ir vairākās dimensijās un ir svarīga daļa no Latvijas iekšzemes kopprodukta, jo sastāda 8,9% no darba vietām, kā arī jāizvērtē jomas atalgojums, lai varētu piesaistīt kvalitatīvu darba spēku.
- Tūrisma jomā ir jāizvērtē mārketinga iespējas par Latviju kā drošu galamērķi, lai mazinātu ārvalstu ceļotāju bažas par savu drošumu atrodoties Latvijā.
- Valstij ir rūpīgi jāizvērtē atbalsts tūrisma jomai pēc Covid – 19 pandēmijas, pēc datiem var novērot, ka Latvijai attīstības iespējas ir zemas, jo daudzi uzņēmumi tika likvidēti veicinot tūrisma objektu samazināšanos un iespējas.
- Latvijas tūrisma jomai ir potenciāls atgriezties pie tādiem pašiem un pat lielākiem tūristu apjomiem.
- Pašvaldībām ir jāizvērtē tūrisma palielināšanas iespējas – rodot jaunus tūrisma risinājumus vai uzlabojot jau esošos.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Andriksone, A., Bērziņa, K., Gustovskis, A., Kaufmane, D., Klepers, A., Kondrāte, L., Lingebērziņš, Ē., Līviņa, A., Medne, I., Rozīte, M., Smaļinskis, J., Smaļinskis, N., van der Steina, A., Vinklere D., & (2021). *Tūrisms latvijā cauri gadsimtiem. Vēsture, attīstība un perspektīva*. Rīga: Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra.

Centrālās Statistikas pārvalde (2023). *Janvārī tūristu mītnēs uz pusi vairāk viesu nekā pirms gada*. Elektroniskais resurss [skatīts 02.04.2023.]. Pieejams: https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/noz/turisms/preses-relizes/12255-latvijas-viesnicu-un-citu-turisma-mitnu-darbibas

Latvijas Banka (2016). *Tūrisma nozare Latvijā kā ekonomikas spogulis*. Elektroniskais resurss [skatīts 02.04.2023]. Pieejams: https://www.makroekonomika.lv/turisma-nozare-latvija-ka-ekonomikas-spogulis

Latvijas Banka (2022). *Tūrismā turpinās "sasalums", tomēr cerīgs skats uz nākotni.* Elektroniskais resurss [skatīts 02.04.2023]. Pieejams: https://www.makroekonomika.lv/turisma-turpinas-sasalums-tomer-cerigs-skats-uz-nakotni

Livina, A., Bukovska, G., Ābols, I., & Gavinolla, M. R. (2021) *The Recovery Tactics of the Tourism Industry Amid COVID-19 Pandemic Conditions in the Baltic States. 20.*

Lukjanova, J. (2019). Problems and trends of regional tourism development in Latvia. *Economics. Ecology. Socium, 3(1),* 3.

Šavriņa, B., Grundey, D., & Bērziņa, K. (2008). Cooperation – the form of sustainable tourism industry in Latvia. *Baltic Journal on Sustainability*, 5.

Turība (2022). *Tūrisma nozare atveseļojas, bet sastopas ar jauniem izaicinājumiem* Elektroniskais resurss [skatīts 20.04.2015.]. Pieejams: https://www.turiba.lv/lv/jaunumi/turisma-nozare-atveselojas-bet-sastopas-ar-jauniem-izaicinajumiem

Jēkabs Jānis Tīss. BUNGU SKOLAS PAKALPOJUMU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS TALSU NOVADĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: tiss.jekabs@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pētījumi apstiprina, ka bungu spēlēšana paātrina sirdsdarbību un asinsriti kā aerobais treniņš; nodarbina gan kreiso, gan labo smadzeņu pusi (Feathers, 1995), sinhronizē smadzeņu priekšējās un apakšējās daļas, paaugstina IQ līmeni (Shellenberg, 2003), kalpo kā fizikālā terapija un mazina stresu, uzlabo sociālās iemaņas, vairo pašapziņu, attīsta abstrakto domāšanu, palielina killeru šūnu skaitu, kas spēj cīnīties pret slimībām (Mikenas, 2004). Bungošana savieno ķermeni un prātu, izteikti attīstot motoro koordināciju (Schlaffke et al., 2020). Latvijā ir 110 mūzikas skolas (mūzikas skolu katalogs, 2023), kur situminstrumentu nodaļā 7 – 11 gadus veci bērni kopā ar citiem mūzikas priekšmetiem var sākt apgūt arī bungu spēli; mācību ilgums 6 gadi (Talsu mūzikas skola, 2023). Savukārt bungu skolās nav šāda vecuma ierobežojuma, tiek pieņemti interesenti no 3 gadiem līdz neierobežotam vecumam; mācību ilgumu nosaka indivīds – tas var būt vairāki mēneši vai vairāk kā 10 gadi (Grauds, 2023). Latvijā bungu skolas (kā A. Grauda bungu skola, V.Samta bungu studija. Drumstarz, SV Bungu Studija) pārsvarā atrodas tikai Rīgā; filiāles Ogrē un Siguldā (Ogres novads, 2019).

Pētījuma mērķis: Izpētīt bungu skolas pakalpojumu attīstības iespējas Talsu novadā.

Pētījuma metodes: Sekundāro datu analīze, literatūras un interneta resursu analīze, anketēšana, grafiskā metode, aprakstošā statistikas metode.

Sasniegtie rezultāti: Ir veikts nozares raksturojums un izvērtētas bungu skolas pakalpojumu attīstības iespējas Talsu novadā.

Atslēgas vārdi: bungu spēlēšana; mūzikas skolas sitaminstrumentu nodaļa, bungu skola.

Ievads

Ir veikti daudzveidīgi pētījumi par bungu spēlēšanas pozitīvo ietekmi uz cilvēka organismu visos vecuma posmos – ietekmi uz smadzeņu darbību, inteliģences koeficienta (IQ) līmeni, motoro koordināciju, organisma stiprināšanu, stresa mazināšanu un garastāvokļa uzlabošanu, sociālām iemaņām; bungu spēlēšana ir ķermeņa aerobais treniņš; to izmanto kā fizikālo un mūzikas terapiju daudzu slimību un emocionālo traucējumu gadījumos. Bungu spēli var apgūt mūzikas skolās profesionālās ievirzes izglītības programmā situminstrumentu nodaļā 6 gadu garumā, taču mūzikas skolās var iestāties tikai noteiktā vecuma posmā, kopā ar instrumenta spēli jāapgūst citi mūzikas priekšmeti, kas ir attīstoši, taču var izrādīties pārāk liela slodze audzēkņiem un skolu nākas pamest.

Pētījuma mērķis ir izpētīt bungu skolas pakalpojumu attīstības iespējas Talsu novadā. Lai to veiktu, tiek noteikti uzdevumi: veikt sekundāro datu analīzi, literatūras un interneta resursu analīzi, lai izzinātu bungu spēlēšanas nozīmi un ietekmi uz cilvēkiem; izpētīt nozari un esošās iespējas un šķēršļus apgūt sitaminstrumentu spēli Latvijā un Talsu novadā; izstrādāt anketu un veikt Talsu novada iedzīvotāju

aptauju par interesi apgūt sitaminstrumentu spēli; veikt iegūto datu apstrādi, analīzi un izdarīt secinājumus par bungu skolas pakalpojumu attīstības iespējām Talsu novadā.

Pētījuma gaitā tiek pielietota sekundāro datu analīze, literatūras un interneta resursu analīze, anketēšana, grafiskā metode, aprakstošā statistikas metode. Pētījuma gaitā tiek veikts nozares raksturojums un izvērtētas bungu skolas pakalpojumu attīstības iespējas Talsu novadā. Tiek secināts, ka bungu skolas ir alternatīva sitaminstrumentu apguvei mūzikas skolā. Uzņemšanā nav vecuma ierobežojuma, mācību ilgumu, apjomu un intensitāti nosaka pats indivīds. Latvijā ir vairākas bungu skolas ar daudzveidīgu piedāvājumu, tomēr tās atrodas Rīgā; tikai A. Grauda bungu skolai ir filiāles Siguldā un Ogrē. Tas nozīmē ka pārējās Latvijas vietās dzīvojošajiem ir ierobežotas iespējas apgūt bungu spēlēšanu. Taču bungu un perkusiju spēles apguve ir viens no vienkāršāk apgūstamajiem instrumentiem, bet sniedz tik daudz pozitīvu efektu.

Talsu novadā sitaminstrumentu spēli var apgūt Talsu mūzikas skolā un Dundagas mākslas un mūzikas skolā, bet bungu skolas, kas dotu iespēju mācīties tikai sitaminstrumentu spēli, nav. Veicot Talsu novada iedzīvotāju aptauju tika noskaidrots, ka šķēršļi mācībām mūzikas skolā ir grūtības savienot mūzikas skolu ar citiem pienākumiem ilgā periodā, traucē ierobežojošais vecuma posms. Izrādās, ka 35% respondentu gribētu apgūt bungu vai perkusijas spēli, paši nosakot nodarbību biežumu un ilgumu. Vēlamais nodarbību biežums nedēļā ir vienu reizi; vispieprasītas būtu individuālās nodarbības, mazāk grupu un dubultstundas. Jāņem vērā iedzīvotāju maksātspēja. Ja bungu skolās Rīgā mācību maksa par individuālo nodarbību ir 21 – 24 eiro, Talsu novadā to būtu gatavi maksāt tikai 3% repondentu; lielākā daļa būtu gatavi maksāt 10 eiro. Risinājums varētu būt dubultstundu un grupu stundu piedāvājums, kas maksā mazāk, tā izlīdzinot izmaksas. Lielākā interese par bungu nodarbībām ir pirmskolas respondentiem un iedzīvotājiem pēc 50 gadu vecuma, zemākā 11-14 gadus veciem jauniešiem, bet kopumā vēlme apgūt bungu spēli ir augsta (35%). Ir paveikti izvirzītie uzdevumi un veikts nozares raksturojums un izpētītas bungu skolas pakalpojumu attīstības iespējas Talsu novadā. Secinājums: Talsu novada iedzīvotājiem ir augsta interese par bungu un perkusiju spēles apguvi, kas dod iespēju novadā attīstīt bungu skolas biznesa ideju.

Analītiskais apskats

Mūzikas pozitīvā ietekme uz cilvēku ir daudz pētīta; īpaši daudz pētījumu ir veikti par klasiskās mūzikas attīstību veicinošo un dziedinošo ietekmi uz ķermeni, prātu un dvēseli (Campbell, 1997). Bungu spēlēšanas ietekme arī ir pētīta. Bungu spēlēšana rada fizioloģisku efektu līdzīgi aerobam treniņam, paātrinot sirdsdarbību un asinsriti. 30 minūtes bungošanas patērē tikpat daudz kaloriju kā 20 km brauciens ar velosipēdu. Tiek nodarbināta gan kreisā, gan labā smadzeņu puslode, sinhronizēti smadzeņu priekšējās un apakšējās daļas viļņi, integrēta neverbālā informācija no apakšējām smadzeņu struktūrām frontālajā korteksā, radot iedziļināšanās, sapratnes un pārliecības sajūtu. Bungu spēlēšanu var pielīdzināt meditācijai, jo smadzeņu viļņi tiek palēnināti līdz 8 cikliem sekundē, kas ir planētas frekvence. Bungu spēlēšanā ir ļoti dabiska, liek plūst līdzi mūzikai un arī dabai (Feathers, 1995).

Bundzinieku motorā koordinācija ir izteikti attīstīta. Vairums cilvēku var veikt detalizētus motorus uzdevumus tikai ar vienu roku, viņiem ir grūti spēlēt dažādus ritmus vienlaikus ar abām rokām; bundziniekiem šādu problēmu nav. Bungu spēlēšana liek smadzenēm darboties tā, kā to rosina tikai nedaudzas aktivitātes. Spēja saprast notis un analizēt, kā saskan dažādi ritmi, ir ļoti sarežģīts prāta process. Cilvēku, kuri ilgi regulāri spēlē bungas, smadzeņu struktūra atšķiras no pārējiem - bundziniekiem ir mazāk, bet biezākas šķiedras lielajā smadzeņu saiklī, kas savieno abas smadzeņu puslodes un nodrošina to efektīvu kopdarbību; smadzeņu puslodes apmainās ar savstarpējo informāciju

ievērojami ātrāk; turklāt bundzinieku smadzenes ir mazāk aktīvas motorā darbībā: jo efektīvāk tiek organizēti procesi smadzenēs, jo mazāk resursu tie tērē (Schlaffke et al., 2020). Regulāra šāda smadzeņu aktivitāte paaugstina IQ līmeni. Dr. Šellenberga pētījumā 6 gadus vecu bērnu IQ testu rezultāti ievērojami uzlabojās pēc bungu spēles nodarbībām. Sitamo instrumentu spēlēšana palīdz cīnīties pret stresu, nogurumu un trauksmi, pret tādām slimībām kā hipertensija, astma, artrīts, paaugstināts asinsspiediens, garīgās slimības, migrēnas, vēzis, multiplā skleroze, Pārkinsona slimība, insults, dažādi emocionālie un fiziskie traucējumi (Shellenberg, 2004).

Pacientiem, kuri piedalījās bungu spēles grupu aktivitātēs, palielinājās dabīgo killeru šūnu skaits, kas spēj cīnīties pret slimībām; to ietekmē pašizpausmes, grupas darba un ritmiskās bungošanas spēja mazināt stresu. Arī ultraskaņa palīdz organismam radīt vairāk imūnšūnu. Līdz ar to bungu spēlēšana stiprina organismu. Bungu terapija pasaulē ir pazīstama gadu tūkstošiem. Mūsdienu pētījumi apstiprina seno ritma tehniku terapeitisko efektu. Bungu spēle nomierina, dziedina un palīdz koncentrēties pacientiem ar Alcheimera slimību, bērniem ar autismu, pusaudžiem ar emocionāliem traucējumiem, cilvēkiem, kuri atgūstas no atkarībām, dažādas traumas guvušajiem, arī cietumniekiem un bezpajumtniekiem. Tā kalpo kā fizikālā terapija un uzlabo sociālās iemaņas - prasmi strādāt grupā, disciplinē, vairo pašapziņu un attīsta abstrakto domāšanu. Bungu spēlēšana rada autentisku vienotības un psiholoģiskās sinhronitātes pieredzi. Apvienojot cilvēkus, kuriem ir izjaukts iekšējais līdzsvars slimību vai atkarības dēļ, un palīdzot piedzīvot aizrautības fenomenu, viņi spēj kopā ar citiem sajust sinhronitāti netveramas vienotības stāvoklī (Mikenas, 2004).

Veciem cilvēkiem ir noderīgi mācīties spēlēt bungas, jo bungošana uzlabo īstermiņa atmiņu, īpaši seju atpazīšanu, kas saistīts ar palielinātu aktivitāti smadzeņu parietālajā reģionā, kas var palīdzēt Alcheimera slimības gadījumā (Zanto, 2022). Bungu spēlēšana ir sociāla aktivitāte; bundzinieki atbalsta viens otru vairāk kā citi mūziķi. Tā ir komunikācijas metode, kas pārsniedz valodu un kultūras robežas. Nav jāzina mūzikas teorija, lai varētu spēlēt; bungu spēle ir viens no vienkāršāk apgūstamajiem instrumentiem. Seniori bieži jūtas izolēti; piedalīšanās bungu aplī ir labs veids, kā komunicēt ar citiem, nesakot ne vārda. Kļūstot vecākiem, kļūst grūtāk atrast sociālos sakarus, taču bungu spēle var pavērt durvis uz ilgstošām draudzībām.Bungošana ir dabīgs antidepresants un sāpju mazinātājs, paaugstinot endorfīnu līmeni organismā, uzlabo garastāvokli; to var izmantot mūzikas terapijā. Vecumā pasliktinās koordinācija; bungošana ļauj to apturēt, trenējoties spēlēt ar visām ekstremitātēm un likt tām darīt dažādas lietas dažādos laikos. Atkārtota praktizēšanās palīdz saglabāt smalko motoriku. Tomēr ausis ir ķermeņa daļa, ko bungošana ietekmē negatīvi; aptuveni puse bundzinieku cieš no troksņa ausīs vai dzirdes pasliktināšanās, ko izraisa skaļa trokšņa iedarbība. Taču var izvēlēties dažāda skaļuma instrumentus – kahons, džamba ir klusāki nekā bungu komplekts; var spēlēt ar gandrīz klusiem elektroniskajiem komplektiem (jākontrolē skaļums austiņās) (Landa, 2023).

Latvijā ir 131 mūzikas skola, kur var apgūt dažādu instrumentu spēli (viss.lv). Profesionālās ievirzes izglītības programmā "Sitaminstrumentu spēle" audzēkņiem iespējams apgūt sitaminstrumentu spēles pamatprasmes, attīstīt muzikālo dzirdi, atmiņu un ritma izjūtu. Mācību ir seši gadi; tiek apgūti arī tādi priekšmeti kā solfedžo un specialitāte pa 2 mācību stundām nedēļā; mūzikas literatūra — 1 stunda nedēļā; no 2. klases kolektīvā muzicēšana un vispārējās klavieres pa 0,5 stundai nedēļā. Mācības var uzsākt 7 – 11 gadus veci bērni (Carnikavas Mūzikas un mākslas skola, 2022). Mūzikas skolas attīsta bērnus ne tikai muzikāli, bet vispārēji, diemžēl, ne visi bērni var pabeigt mūzikas skolas lielās slodzes dēļ, kā rezultātā zūd muzicēšanas prieks un paliek sāpīga pieredze. Bieži solfedžo ir bijis šķērslis, lai pabeigtu mācības mūzikas skolā. Ir skolotāji, kas atsakās mainīt bērnam skaņdarbu, arī ja bērns lūdz, radot nepatiku. Lai iegūtu skaidrāku skatījumu, kāpēc daudzi bērni pamet mūzikas skolas Kristaps Brikmanis patreiz veic aptauju (pieejama https://skangrams.lv/aptauja-par-muzikas-skolam/) (e-klase, 2023). Risinājums ir atsevišķu instrumentu spēles apguve atsevišķi no pārējiem priekšmetiem. Bungu

un perkusiju spēles apguve ir salīdzinoši viegla, nepieciešama vienīgi ritma izjūta, nav nepieciešams prast lasīt notis vai zināt mūzikas teoriju. Bungu skolās var mācīties interesenti neatkarīgi no vecuma.

Pētījuma metodoloģija

Pētījumā tiek izmantota literatūras un interneta resursu analīze, analizējot pētījumus par bungu spēlēšanas ietekmi uz cilvēkiem dažādā vecumā, kas ir spēcīga un daudzpusīga, pozitīvi ietekmējot cilvēka attīstību un atveseļošanos. Tiek izpētīta esošā situācija Latvijā par to, kādas ir iedzīvotāju iespējas apgūt bungu spēlēšanas prasmes un ar to nodarboties. Tā kā mūzikas skolās profesionālās ievirzes izglītības programmās uzņem tikai ierobežota vecuma bērnus, pie tam daudzi bērni nespēj savienot lielo slodzi, tiek pētīta iespēja apgūt bungu spēli atsevišķi no pārējiem mūzikas priekšmetiem.

Vispirms tiek izpētīts Latvijas bungu skolu piedāvājums. Latvijā ir vairākas bungu skolas, kur mācības var uzsākt, negaidot jauno mācību gadu, sākot no 3 gadiem līdz neierobežotam vecumam. Andžeja Grauda bungu skola pastāv 15 gadus, piedāvājot bungu nodarbības dažādos līmeņos – no iesācēja līdz profesionālim, bungu apļus, bundzinieku šovus, saliedēšanas pasākumus, meistarklases, organizē bungu nometnes, audzēkņu atskaites koncertus un Baltijas bundzinieku samitu kur piedalās vairāki simti bundzinieku (Baltijas Bundzinieku samits, 2017). Mācību maksa individuālājām nodarbībām ir 85 eiro mēnesī (četras nodarbības; 5.kalendārā nodarbība bez maksas); dubultās jeb pāru nodarbības ar diviem viena līmeņa un vecuma audzēkņiem – 75 eiro par 4 nodarbībām (5.kalendārā nodarbība bez maksas); grupu ndarbības 5-6 viena līmeņa un vecuma audzēkņiem – 65 eiro par 4 nodarbībām (5.kalendārā nodarbība bez maksas). Nodarbības notiek gan darba dienās, gan brīvdienās. Nodarbību laikus, apjomu un mācību ilgumu izvēlas audzēknis Skolu apmeklē ap 400 skolēni (www.bunguskola.lv). A. Grauda Bungu skolai ir filiāles arī Siguldā un Ogrē (ogresnovads.lv, 2022).

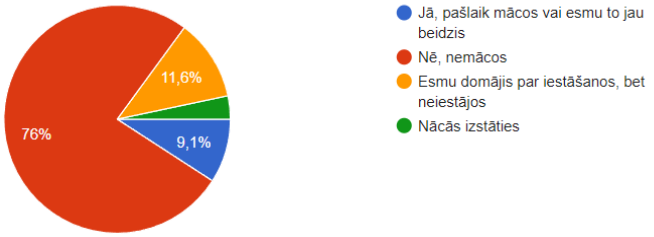
Viestura Samta Bungu studijā audzēkņi iedalīti 3 līmeņos atkarībā no katra varēšanas bungu spēlē. Audzēkņiem ir iespēja apmeklēt lekcijas par dažādām ar bungām saistītām tēmām, ko vada Latvijā pazīstami bundzinieki. Notiek mācību koncerti, kam audzēkņi nopietni gatavojas. Informācija par skolu atrodama *facebook, vymaps* un *instagram* kontos. SV Bungu studija pastāv 10 gadus, audzēkņus uzņem, sākot no 5 gadu vecuma bez tālāka vecuma ierobežojuma, piedāvājot apgūt bungu komplekta, kahona vai džambas spēli. Nodarbības notiek individuāli, pāros vai grupās, arī sestdienās. Arī šai skolai nav mājas lapas, bet informācija atrodama *facebook* kontā (facebook.com/svbungustudija). Dzintara Vīksnas Bungu aplis piedāvā nodarbības, kurā pēc īpašas metodikas dalībnieki ar vai bez mūzikas priekšzināšanām spēlē dažādus ritma instrumentus, radot kopējas kompozīcijas. Nodarbības tiek vadītas tā, lai apļa dalībnieki justos piederīgi, sadzirdētu sevi un citus, ļautu sev un citiem muzikāli izpausties. Rezultātā dalībnieki iepazīstās ar dažādiem instrumentiem un domubiedriem, iemācās ritmus, atslābst un gūst pozitīvas emocijas (Bungu aplis, 2023). Bungu spēli var apgūt arī bungu skolā "Drumstarz" un "Nilsilestudio" (drumstarz.lv, www.nilsilestudio.lv). Visas bungu skolas atrodas Rīgā; A. Grauda bungu skolai ir filiāles Siguldā un Ogrē. Tas nozīmē ka pārējās Latvijas vietās dzīvojošajiem ir ierobežotas iespējas apgūt bungu spēlēšanu.

Tālāk tiek pētīta situācija Talsu novadā, kur ir 27 390 iedzīvotāji (Talsu dome, 2022). Novadā ir Talsu mūzikas skola, kur ir sitaminstrumentu nodaļa, un mūzikas un mākslas skolas Sabilē, Valdemārpilī, Dundagā, Rojā un Mērsragā. Gandrīz 20 gadus Talsos pastāv "Ģitārstudija N", kur gan bērni, gan pieaugušie apgūst ģitārspēli bez teorētiskajiem mūzikas priekšmetiem (facebook.com/gitarstudija.n). Talsos ir arī Bērnu Jauniešu centrs ar dažādiem interešu izglītības pulciņiem, taču bungu spēlēšanu tur nemāca. Tā kā bungu spēlēšanai ir tik daudz pozitīvu efektu un tā ir salīdzinoši viegla, Talsu novada iedzīvotājiem varētu būt interese par bungu un perkusiju spēles apguvi.

Lai noskaidrotu, kādas ir bungu skolas attīstības iespējas novadā, autors izveidoja anketu un veica iedzīvotāju aptauju. Anketa sastāv no 7 jautājumiem. Pirmajā tiek noskaidrots, vai respondents mācās vai nemācās mūzikas skolā (vai arī ir to beidzis); vai ir domājis par iestāšanos, bet neiestājās, vai ir izstājies no mūzikas skolas. Nākamajā jautājumā respondenti tiek aicināti minēt iemeslus, kādēļ viņi nevarēja iestāties mūzikas skolā vai kādēļ mācības bija jāpārtrauc. 3.jautājumā tiek noskaidrots, vai respondents gribētu apgūt bungu vai perkusijas spēli, pats nosakot, cik bieži un ilgu laika posmu apmeklēs nodarbības. Tie repsondenti, kas vēlas apmeklēt bungu/perkusiju nodarbības, norāda, cik bieži viņi to vēlētos darīt (4.jautājums). 5.jautājumā tiek noskaidrots, kādām nodarbībām respondenti dod priekšroku: individuālām, dubultstundām (kopā ar citu audzēkni) vai grupu nodarbībām (5-7 audzēkņi). 6. jautājumā respondenti norāda, cik būtu ar mieru maksāt par 40 minūšu ilgu individuālo nodarbību (10, 15, 20 eiro vai norāda savu variantu). Pēdējā jautājumā tiek norādīta respondentu vecuma grupa: pirmsskolas vecums 3-6, sākumskola 7-10 gadi, pamatskola 11-14 gadi , vidusskola 15 – 18 gadi, pieaugušie 19 – 50, seniori – virs 50 gadiem. Pētījuma izlase tika veidota nejauši, aptaujājot 160 iedzīvotājus (n=160).

Pētījuma rezultāti

Aptaujas rezultātā ievāktie dati tika apstrādāti datorprogrammā Excel, iegūts to grafisks attēlojums un izmantota aprakstošā statistikas metode. Izrādās, ka no visiem respondentiem mūzikas skolā mācās vai to ir beiguši tikai 12; vēl pieciem ir nācies izstāties. 17 ir domājuši par mācībām mūzikas skolā, bet nav iestājušies (sk.1.att.).

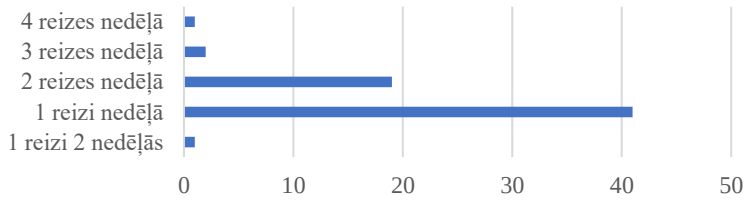


1.att. Respondentu skaits, kas ir mācījušies vai vēlējušies mācīties mūzikas skolā (Avots: Autora pētījums)

Apstākļi, kas nav ļāvuši iestāties mūzikas skolā vai arī spieduši izstāties no tās: ir grūti savienot mūzikas skolu ar citiem pienākumiem. To atzīmē lielākā daļa - 41,1%; vēl tiek minēts, ka mūzikas skolā ilgi jāmācās; brīdī, kad vēlējās iestāties mūzikas skolā, bija jau par vecu; mūzikas skolā jāmācās ne tikai instrumenta spēle, bet daudz citu priekšmetu; nevarēja izbraukāt uz mūzikas skolu; neizturēja konkursu. Saņemtas arī atbildes: "Izstājos, jo nespēju sabalansēt laiku"; "Tētis teica, ka labāk nevajag un lika iet sporta skolā".

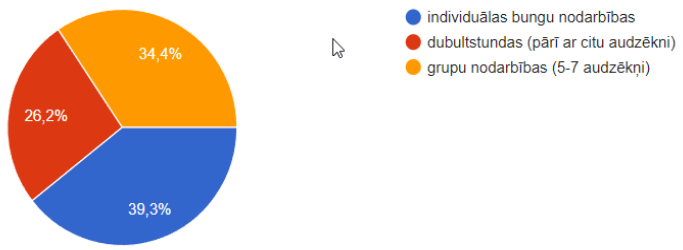
Jautājumā, vai respondents gribētu apgūt bungu vai perkusijas spēli, pats nosakot, cik bieži un ilgu laika posmu apmeklēs nodarbības, pozitīvi atbild 60 respondetu jeb 35%.

Norādot, cik bieži respondenti vēlētos apmeklēt bungu nodarbības (varēja norādīt vairākas atbldes), visvairāk tika minēts vienu reizi nedēļā (41), divas reizes nedēļā – 19, trīs reizes nedēļā – 2, četras reizes nedēļā – 1 respondents (sk. 2.att.).



2.att. Vēlamais bungu nodarbību biežums (Avots: Autora pētījums)

Uz jautājumu, kādām nodarbībām respondenti dod priekšroku, tika norādīts, ka individuālās nodarbības izvēlētos 24 repondenti (39, 3%), dubultstundas (kopā ar citu audzēkni) – 16 respondenti (26,2%), bet grupu nodarbības (5-7 audzēkņi) – 20 (34,4%) (sk. 3.att.).

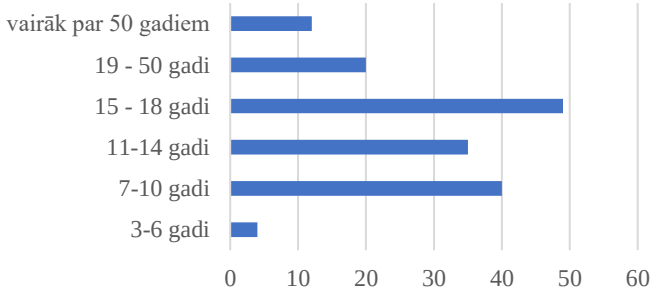


3.att. Bungu nodarbību veidu izvēle (Avots: Autora pētījums)

Norādot, cik respondenti varētu maksāt par vienu individuālo nodarbību, saņemtas atbildes, ka 40 respondenti ir gatavi maksāt 10 eiro, 18 respondenti – 15 eiro, bet divi – 20 eiro.

Sadalot aptaujātos pa vecuma grupām, lielākā bija vidusskolas vecums (15-18 gadi) - 49 respondenti; 7-10 gadu veci bija 40; 11-14 gadus veci – 35; pieaugušie 19 – 50 gadus veci – 20; vecāki par 50 gadiem – 12, bet 3-6 gadus veci – 4 respondenti (atbildes tika iegūtas ar vecāku starpniecību) (sk. 4.att.).

Vislielāka interese bija pirmskolas respondentiem - 100%; no 7-10 gadus vecajiem ieinteresēti bija 27,5 %; no 11-14 gadus vecajiem – 22,8%; 15-18 gadu vecumā – 36,7%; 19 – 50 gadu vecumā – 35%, bet pēc 50 gadu vecuma – 50% vēlējās mācīties bungu spēli.



4.att. Respondentu skaitlisks sadalījums pa vecuma grupām (Avots: Autora pētījums)

Secinājumi

Daudzveidīgi pētījumi apstiprina bungu spēlēšanas pozitīvo ietekmi uz cilvēka organismu visos vecuma posmos: tā sinhronizē smadzeņu darbību, paaugstina IQ līmeni, attīsta abstrakto domāšanu un motoro koordināciju, palielina imunitāti, mazina stresu, uzlabo sociālās iemaņas; spēlēšana ir ķermeņa aerobais treniņš; to izmanto kā fizikālo un mūzikas terapiju daudzu slimību un emocionālo traucējumu gadījumos. Veciem cilvēkiem bungošana uzlabo īstermiņa atmiņu, veicina komunikāciju, ir dabīgs antidepresants un sāpju mazinātājs, palīdz saglabāt koordināciju.

Bungu spēli var apgūt mūzikas skolās profesionālās ievirzes izglītības programmā situminstrumentu nodaļā. Tomēr mūzikas skolās var iestāties tikai noteiktā vecuma posmā, kopā ar instrumenta spēli jāapgūst citi mūzikas priekšmeti, kas ir noderīgi un attīstoši, taču var izrādīties pārāk liela slodze audzēkņiem, ņemot vērā, ka mācības ilgst 6 gadus.

Bungu skolas ir alternatīva sitaminstrumentu apguvei. Pretstatā mūzikas skolām, te nav vecuma ierobežojuma; mācību ilgumu, apjomu un intensitāti nosaka indivīds. Latvijā ir vairākas bungu skolas, kas sniedz plašu piedāvājumu - nodarbības no iesācēja līmeņa līdz profesionālim, bungu apļus, saliedēšanas pasākumus, meistarklases, lekcijas, bungu nometnes, atskaites koncertus un bundzinieku samitu. Var apgūt bungu komplekta, kahona vai džambas spēli individuāli, pāros vai grupās. Nodarbības notiek arī brīvdienās. Tomēr visas bungu skolas atrodas Rīgā; A. Grauda bungu skolai ir filiāles Siguldā un Ogrē. Tas nozīmē ka pārējās Latvijas vietās dzīvojošajiem ir ierobežotas iespējas apgūt bungu spēlēšanu.

Talsu novadā ir mūzikas skola ar sitaminstrumentu nodaļu, sitaminstrumentus var apgūt arī Dundagas mākslas un mūzikas skolā. Citas mācību iestādes nepiedāvā apgūt bungu spēli. Ilgstoša veiksmīga darbība ir "Ģitārstudijai N", kur gan bērni, gan pieaugušie apgūst ģitārspēli bez teorētiskajiem mūzikas priekšmetiem. Talsu novada iedzīvotāju aptaujas rezultātā tika noskaidrots, ka mūzikas skolā mācās vai ir mācījusies vien 9% respondentu. Parādās, ka šķēršļi mācībām mūzikas skolā ir grūtības savienot mūzikas skolu ar citiem pienākumiem, ilgais mācību periods, ierobežojošais vecuma posms, lai uzsāktu mācības; tas, ka jāmācās daudz citu priekšmetu. 35% (60 respondeti) gribētu apgūt bungu vai perkusijas spēli, ja var pats noteikt, cik bieži un ilgu laika posmu apmeklēs nodarbības. Vēlamais nodarbību biežums nedēļā ir vienu reizi (68,3%), mazāks skaits vēlas 2 -4 reizes nedēļā. Vairāk respondentu (39, 3%) izvēlas individuālās nodarbības, dubultstundas 26,2%, bet grupu nodarbības - 34,4%.

66% respondentu būtu gatavi maksāt par vienu individuālo nodarbību 10 eiro, bet tikai 3%– 20 eiro. Bungu skolās Rīgā mācību maksa par individuālo nodarbību ir 21 – 24 eiro, kas varētu liecināt, ka iedzīvotāju pirktspēja lauku novadā ir zemāka un varētu ierobežot pieprasījumu. Taču risinājums varētu būt dubultstundu un grupu stundu piedāvājums, kas varētu izlīdzināt izmaksas. Vislielāka interese par bungu nodarbībām ir pirmskolas respondentiem, tad seko iedzīvotāji pēc 50 gadu vecuma (50%), 19 – 50 gadu vecumā – 35%, 15-18 gadu vecumā – 36,7%; no 7-10 gadus vecumā - 27,5 %; bet 11-14 gadus vecajiem jauniešiem bija viszemākā interese (22,8%). Tomēr kopumā interese ir vērtējama kā augsta, tā ir 35% no respondentiem.

Saskaroties ar reālu darbību – nokļūšanu uz nodarbībām, maksu par mācībām u.c. interese var mazināties, tomēr bungu un perkusiju spēles apguve ir viens no vienkāršāk apgūstamajiem instrumentiem, nav nepieciešams prast lasīt notis vai zināt mūzikas teoriju, tā sniedz tik daudz pozitīvu efektu. Līdz ar to ir veikts izvirzītais uzdevums un sasniegts rezultāts: ir veikts nozares raksturojums un izpētītas bungu skolas pakalpojumu attīstības iespējas Talsu novadā. Secinājums: Talsu novada iedzīvotājiem ir augsta interese par bungu un perkusiju spēles apguvi un ir nozīme novadā attīstīt bungu skolas biznesa ideju.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Andžeja Grauda Bungu Skola (2023). *Bungu skola*. Elektronisakais resurss [skatīts 26.03.2023.] Pieejams: https://www.bunguskola.lv/

Baltijas Bundzinieku samits 2017. Elektroniskais resurss [skatīts 25.03.2023.] Pieejams: https://www.facebook.com/events/517644268624337/?paipv=0&eav=AfYTD4Fq53stE0Q-5ctv66uw3T1mRKr6R0Fmvqttqn4Nng8_Wk97kuyId_VWVFh7w-Y&_rdr

Campbell, D., G. (1997). *The Mozart Effect: Tapping the Power of Music to Heal the Body, Strengthen the Mind, and Unlock the Creative Spirit.* New York: Avon Books

Carnikova (2023). *Carnikavas mūzikas un mākslas skola.* Elektroniskais resurss [skatīts 25.03.2023.] Pieejams: https://muzart.carnikava.lv/muzikas-nodala/sitaminstrumentu-nodala

Drumstarz Bungu Skola Rīgā. Elektroniskais resurss [skatīts 28.03.2023.] Pieejams: https://drumstarz.lv/lv

Dzintarsviksna.com (2023). *Bungu aplis.* Elektroniskais resurss [skatīts 28.03.2023.] Pieejams: https://www.dzintarsviksna.com/bungu-aplis-ikvienam/2023

E-klase.lv (2023). *Kāpēc bērni pamet mūzikas skolas?* Elektroniskais resurss [skatīts 25.03.2023.] Pieejams: https://www.e-klase.lv/aktualitates/zinas/kapec-berni-pamet-muzikas-skolas?id=23220

Feathers, M., T. (1995). *Why Drum?* Elektroniskais resurss [skatīts 22.03.2023.] Pieejams: http://www.earthdrum.com/whydrum.htm

Ģitārstudija N. (2023). *Ģitārstudija N.* Elektroniskais resurss [skatīts 29.03.2023.] Pieejams: facebook.com/gitarstudija.n

Landa, S. (2023). *5 Reasons Why Seniors Should Play Drums*. Elektroniskais resurss [skatīts 23.03.2023.] Pieejams: http://www.rumeo.com/beat/5-reasons-why-seniors-should-play-drums/

Mikenas, E. (2004). *Interview with Dr. Michael Winkleman.* Elektroniskais resurss [skatīts 24.03.2023.] Pieejams: http://www.edmikenas.org/9interviews.html

Nilsilestudio.lv (2023). *Lai sajustu ritmu un skaņas vibrāciju sevī - vecumam nav nozīmes*. Elektroniskais resurss [skatīts 28.03.2023.] Pieejams: www.nilsilestudio.lv

Ogresnovads.lv (2023). *Andžeja Grauda bungu skola!* Elektroniskais resurss [skatīts 26.03.2023.] Pieejams: https://www.ogresnovads.lv/lv/jaunums/andzeja-grauda-bungu-skola-tagad-ari-ogre

Schlaffke, L., Friedrich, S., Tegenthoff, M., Güntürkün, O., Genç, E., & Ocklenburg, S. (2020). Boom chack boom - a multimethod investigation of motor inhibition in professional drummers. *Brain and Behavior, 10(1).* https://doi.org/10.1002/brb3.1490

Shellenberg, E., G. (2004). Music lessons enhance IQ. *Psychological Science, 15(8).*

SV Bungu Studija (2023). *SV Bungu studija.* Elektroniskais resurss [skatīts 27.03.2023.] Pieejams: https://www.facebook.com/svbungustudija

Viss.lv (2023). *Latvijas mūzikas skolas.* Elektroniskais resurss [skatīts 25.03.2023.] Pieejams: http://www.viss.lv/katalogs/muzikas_skolas_viss.lv/karte

Zanto, T., P. (2023). *How Musical Rhythm Training Improves Short-Term Memory for Faces.* Elektroniskais resurss [skatīts 27.03.2023.] Pieejams: https://doi.org/10.1073/pnas.2201655119

Jeļena Ubba. MEDICĪNAS APĢĒRBU UN APAVU TIRDZNIECĪBA DAUGAVPILS REĢIONĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: jelenaubba@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Medicīniskie apģērbi un apavi ir svarīgi infekcijas profilaksei un kontrolei, kas sniedz rentablus veidus, kā aizsargāt gan medicīnas iestādes personālu, gan pacientus no vīrusiem, baktērijām un citiem mikroorganismiem. Medicīnas apģērbi un apavi ir pieprasīts preču klāsts dažāda veida medicīnas iestādēs, t.sk. slimnīcās un klīnikās, medicīnas centros un laboratorijās, SPA un skaistumkopšanas salonos, veselības aprūpes centros, kā arī medicīnas izglītības iestādēs. Medicīniskais apģērbs ir ārsta atšķirīgā iezīme, kas viņu izceļ uz pacientu fona un viņš ir viegli atpazīstams. Kā liecina apdrošināšanas sabiedrības ERGO Veselības apdrošināšanas polišu izmantošanas dati, līdz ar Covid-19 saslimstības mazināšanos jeb pēc - pandēmijas posma pieaudzis pieprasījums pēc ikdienas medicīnas pakalpojumiem, izmeklējumiem, mentālās un fiziskās rehabilitācijas, kā arī nopietnu, akūtu saslimšanu ķirurģiskas ārstēšanas. Ņemot vērā šos datus, medicīnas iestādes joprojām ir ļoti pieprasītas vietas mūsu valstī un attiecīgi arī medicīnas apģērbu un citu medicīnas aizsardzības līdzekļu pieprasījums kļūst par vēl vairāk aktuālu preču grupu. Ir arī svarīgi justies moderni, eleganti, ērti, pārliecināti, kā arī iespaidīgi un mūsdienu medicīnas apģērba plaša izvēle nosaka ne tikai ērtību un praktiskumu, bet arī estētiku, kas ir ļoti svarīgi medicīnas nozarē.

Pētījuma mērķis: Izpētīt medicīnas apģērbu un apavu tirdzniecības attīstības iespējas Daugavpils reģionā.

Pētījuma metodes: Literatūras, zinātnisko rakstu un informācijas avotu analīze, sekundāro datu analīze, grafiskā analīze.

Sasniegtie rezultāti: Izanalizējot iegūtos datus, tiek novērtēta medicīnas apģērbu un apavu tirdzniecības nozare un tās attīstības perspektīvas Daugavpils reģionā. Izpētot piejamos datus, tiek iegūta informācija par medicīnas iestādēm un klientiem, kas iesaistīti medicīnas nozarē Daugavpils reģionā.

Atslēgas vārdi: medicīnas apģērbi un apavi; attīstības iespējas; tirdzniecība.

Ievads

Medicīniskiem apģērbiem un apaviem, kā arī citiem aizsardzības līdzekļiem ir ļoti svarīga loma, lai aizsargātu, novērstu un kontrolētu infekciju. Medicīniskie tekstilizstrādājumi ir viena no svarīgākajām tehnisko tekstilizstrādājumu nozarēm. Tekstilizstrādājumi vienmēr ir bijuši daļa no veselības nozares. Būtībā medicīniskie tekstilizstrādājumi tiek izmantoti pirmās palīdzības sniegšanai, klīniskiem vai higiēnas mērķiem un rehabilitācijai. Veselības aprūpes tekstils un citi medicīnieski aizsardzības līdzekļi sniedz mums rentablus veidus, kā aizsargāt gan slimnīcas personālu, gan viņu pacientus no vīrusiem, baktērijām un citiem mikroorganismiem. Lai izvairītos no pēdu sāpēm garas maiņas beigās, medpersonālam nepieciešams izmantot tikai labas kvalitātes medicīniskos apavus, kas sniedz lielisku atbalstu kājām, ilgstoši stāvot. Medicīnas aizsardzības līdzekļi, noteikti, būs pieprasīti arī nākotnē.

Pētījuma mērķis: tika izvērtētas medicīnas apģērbu un apavu tirdzniecības attīstības iespējas Daugavpils reģionā. Pētījuma uzdevumi bija šādi: tika izvērtēti potenciālie klienti Latgales regionā, izmantojot pieejamos sekundāros datus; tika izvērtēta situācija Latvijā par medicīnas pakalpojumu pieprasījumu; tika izanalizēts mazumtirdzniecības apgrozījums līdzīgajās nozarēs; pieejamā datu informācija tika apstrādāta un noformēta grafiski, lai uzskatāmi parādīt datu salīdzināšanu.

Pētījuma motodēs tika pielietota literatūras, zinātnisko rakstu un informācijas avotu analīze, sekundāro datu analīze un grafiskā analīze. Pētījuma rezultātos tika izanalizēti iegūtie dati un novērtēta medicīnas apģērbu un apavu tirdzniecības nozare un tās attīstības perspektīvas Daugavpils reģionā. Tika iegūta informācija par medicīnas iestādēm un klientiem, kas iesaistīti medicīnas nozarē visā Latgales novadā.

Analītiskais apskats

Mazumtirdzniecība ir jebkura darbība, pārdodot preces un pakalpojumus tieši patērētājiem, viņu personiskām, nekomerciālām vajadzībām. Kāda nozīme kvalitatīvi ražotiem produktiem, ja tie nenonāk līdz patērētājam vajadzīgā vietā, daudzumā un laikā? Tāpēc mazumtirdzniecības vadīšana ir jāpēta kopā ar produktu izplatīšanas jautājumiem. Lai pieņemtu pamatotus lēmumus par mazumtirdzniecības attīstību, vispirms šīš nozares uzņēmumi jāklasificē pēc noteiktiem kritērijiem. Mazumtirdzniecību var iedalīt divos veidos: produktu realizācija veikalos un produktu realizācija ārpus veikaliem. Atkarībā no apkalpošanas līmeņa izšķir vairākus mazumtirdzniecības uzņēmumu tipus (sk. 1.tabulu):

1.tabula. Mazumtirdzniecības uzņēmumu tipi (Avots: Praude, Liniņa, 2018, 112.lpp.)

Apkalpošanas līmenis	Atšķurīgās īpatnības
Pašapkalpošanās	Ļoti mazs serviss; pievilcīgas cenas; produkti, kas prasa parastu pircēju rīcību, t.sk. ikdienas pieprasījuma produkti
Patstāvīga produktu izvēle	Ierobežots serviss; specializēti veikali, kas piedāvā dažādus produktus
Ierobežota apkalpošana	Neliela pakalpojumu dažādība; produkti, kas prasa komplicētu rīcību
Pilnīga apkalpošana	Plaša pakalpojumu dažādība; moderni produkti; īpaša pieprasījuma produkti

Mazumtirdzniecības veikalu tipi un to īss raksturojums parādīts zemāk (sk. 2.tabulu).

2.tabula. Mazumtirdzniecības veikalu tipi (Avots: V.Praude, I.Liniņa, 2018, 129.lpp.)

Veikalu tipi	Atšķirīgās īpatnības
Specializētie veikali	Šaurs, bet piesātināts produktu sortiments, apkalpo specifisku mērķauditoriju, samērā neliela platība.
Universālveikali	Vairākas produktu sortimenta grupas, centralizēta vadība, katru produktu grupu vada atsevišķi menedžeri u.c. speciālisti.
Lielveikali	Lieli uzņēmumi, kas piedāvā plašu pārtikas un mājturības produktu sortimentu, samērā zemas cenas un liels apgrozījums, pašapkalpošanās.
Ikdienas preču veikali	Nelieli veikali, lielākoties strādā bez brīvdienām vai part visu diennakti, ierobežots preču sortiments, samērā augstas cenas.
Veikali ar pazeminātām cenām	Piedāvā standarta vai specializētu produktu sortimentu par zemām cenām.
Veikali - noliktavas	Veikali ar lielu tirdzniecības platību, kas, apvienojot veikala un noliktavas funkcijas, realizē produktus par zemām cenām.
Dižveikali	Veikali ar ļoti lielu tirdzniecības platību, kas piedavā pārtikas produktus, mājsaimniecības preces un dažādus pakalpojumus. Pēc būtības apvieno lielveikalu, veikalu – noliktavu u.c. veikalu funkcijas.

Elitāru produktu veikali	Pārdot augstas kvalitātes produktus par augstām cenām šauram pircēju segmentam, kuram ir svarīga nevis cena, bet citi izvēles kritēriji.
Telekomunikāciju pakalpojumu uzņēmumi	Lieli uzņēmumi, kas sniedz visiem iedzīvotājiem plašu telekomunikāciju pakalpojumu klāstu.

Medicīniskie tekstilizstrādājumi. TextileBlog savā rakstā sniedz plašu informāciju par darba apģērba nepieciešamību medicīnas iestādēs. Medicīniskie tekstilizstrādājumi ir viena no svarīgākajām tehnisko tekstilizstrādājumu nozarēm. Tekstila tehnoloģijas un medicīnas zinātņu kombinācija ir radījusi jaunu jomu, ko sauc par medicīnas tekstilizstrādājumiem. Medicīniskos tekstilizstrādājumus sauc arī par veselības aprūpes tekstilizstrādājumiem. Tekstilizstrādājumi vienmēr ir bijuši daļa no veselības nozares. Būtībā medicīniskie tekstilizstrādājumi tiek izmantoti pirmās palīdzības sniegšanai, klīniskiem vai higiēnas mērķiem un rehabilitācijai.

Medicīniskie tekstilizstrādājumi ir svarīgi, lai novērstu infekciju un kontroli. Veselības aprūpes tekstils sniedz mums rentablus veidus, kā aizsargāt gan slimnīcas personālu, gan viņu pacientus no vīrusiem, baktērijām un citiem mikroorganismiem. Medicīniskais tekstils izgatavots no augstas veiktspējas šķiedrām, kas tiek izstrādātas, lai novērstu bīstamu baktēriju uzkrāšanos. Un tas atradīs pielietojumus personīgās higiēnas jomās, kur bīstamu baktēriju uzkrāšanās var būt bīstama veselībai. Medicīnas tekstilšķiedrai ir pretmikrobu savienojumu kombinācija, kuras pamatā ir metāla sāļi, kas galu galā kontrolē baktērijas un sēnītes. Šķiedru savienojumi ir iestrādāti šķiedru matricā, kas var padarīt to necaurlaidīgu mazgāšanai un nodilumam.

Bieži sastopama problēma slimnīcās un veselības aprūpes iestādēs ir virsmu mikrobu piesārņojums, kas var izraisīt infekcijas un līdz ar to arī savstarpējas infekcijas. Tāpēc ir būtiski samazināt kaitīgo mikroorganismu pārnešanu un sekundāro infekciju izplatīšanos ārstnieciskā vidē. Ir ārkārtīgi svarīgi, lai aizsargapģērbs, piemēram, ķirurģiskās maskas, cepures, halāti un slimnīcas veļa atbilst pretmikrobu aizsardzības prasībām. Tādējādi materiāliem, ko izmanto ķirurģijā, ir jānodrošina pietiekama aizsardzība pret mikroorganismiem, bioloģiski loģiskiem šķidrumiem un aerosoliem. Slimību pārnešanas profilakse ir ļoti svarīgs apsvērums bezķermeniskām vai implantējamām ierīcēm cilvēka iekšienē un ekstrakorporālām ierīcēm. Tāpēc mikroorganismu nevēlamās ietekmes uz tekstilizstrādājumiem kontrole kļūst par svarīgu jautājumu, jo īpaši medicīnas tekstilrūpniecībā.

Veselības tekstilmateriāliem vajadzētu būt dažām īpašām īpašībām, lai tie būtu noderīgi kā medicīniskie tekstilizstrādājumi. Iemesls, visas tekstilšķiedras šeit nevar izmantot, jo to veiktspēja ir atkarīga no mijiedarbības ar tekstilmateriāla šūnas īpašībām medicīniskiem lietojumiem ir šādas: bioloģiski saderīgs, laba izturība pret sārmiem, skābēm un arī mikroorganismiem, laba izmēru stabilitāte, elastība bez mikro piemaisījumiem, absorbcija un gaisa caurlaidība. Medicīniskajos tekstilizstrādājumos izmantotajām šķiedrām jāatbilst šādam kritērijam: fibberiem jābūt netoksiskiem, alerģiskiem, bez kancerogēniem, sterilizētiem, neietekmējot to fizikālo vai ķīmisko īpašību izmaiņas, bioloģiski noārdāmiem un arī videi draudzīgiem (TextileBlog, 2020).

Medicīniskie darba apavi. Tftft savā rakstā sniedz paskaidrojumu, kāpēc ir nepieciešami medicīniskie darba apavi. Medmāsas slimnīcās un pansionātos bieži izmanto medicīniskos apavus, lai kājas būtu ērtas, kā arī aizsardzībai. Šāda veida apavi piedāvā lielisku atbalstu jūsu kājām, ilgstoši stāvot. Kad jūs domājat par medicīnas apaviem, jūs, iespējams, automātiski domājat par baltas krāsas apaviem. Tā tas ir bieži vienreiz, un parasti priekšroka tiek dota baltai krāsai, lai uzņēmumā saglabātu tīru un vienmērīgu izskatu. Lai gan laiki ir mainījušies un šie apavi ir pieejami daudzās dažādās krāsās, un tas kļūst arvien atklātāk pieņemts.

Lai izvairītos no pēdu sāpēm garas maiņas beigās, jāapsver labas kvalitātes medicīnisko apavu pāris. Tas, ko jūs nevēlaties darīt, ir upurēt komfortu stila vai cenas dēļ. Šādi rīkojoties, jūs nākotnē varat gūt kāju vai muguras traumas. Rūpējieties par savu ķermeni šodien, un jums nākotnē būs mazāk problēmu. Jāņem vērā arī medicīnisko apavu stils un materiāls. Mūsdienās māsu koka tupeles ir ļoti populārs stils, kas ir izgatavots no gumijas, ādas un dažreiz arī no koka. Viena no šāda veida vidējo apavu priekšrocībām ir tā, ka tās ir vieglas, un tās ir ļoti viegli uzvilkt un novilkt, jo tām nav šņoru. Ir svarīgi ņemt vērā neslīdošās zoles, jo, visticamāk, savā profesijā saskarsities ar mitrām grīdām (Tfltft, 2018).

Daugavpils pilsēta. Daugavpils ir viena no deviņām republikas nozīmes pilsētām valstī. Tā ir Latvijas otra lielākā pilsēta pēc iedzīvotāju skaita pēc Rīgas. Daugavpils atrodas Latgalē, valsts dienvidaustrumos pie Daugavas. Pilsēta ir izvietota Austrumlatvijas zemienes dienvidaustrumu malā. Pilsētas lielākā daļa atrodas senās Daugavas gultnē. Pilsēta izvietojusies Daugavas abos krastos. Kopējā pilsētas platība sastada 72,48 km^2 (Pilsētas.lv).

Latgales reģionā ietipst sekojošās pilsētas: Daugavpils, Rēzekne, Aglonas novads, Ciblas novads, Dagdas novads, Daugavpils novads, Ilūkstes novads, Kārsavas novads, Krāslavas novads, Līvānu novads, Ludzas novads, Preiļu novads, Rēzeknes novads, Riebiņu novads, Vārkavas novads, Viļānu novads, Zilupes novads (Nacionālais veselības dienests).

Veselības aprūpe. Daugavpils bija pirmā pilsēta Latvijā, kas sekmīgi realizēja veselības reformas (1996. - 2002.g.) pasākumus, t.sk. optimizējot veselības aprūpes iestādes. Saskaņā ar medicīnas iestāžu reformu Latvijā, Daugavpils, Krāslavas un Preiļu slimnīcas apvienojās, lai arī turpmāk veiktu ārstniecisko iestāžu darbību veselības aprūpes pakalpojumu nodrošināšanā. Slimnīcu apvienošana deva iespēju samazināt izmaksas, vienlaikus uzlabojot veselības aprūpes kvalitāti reģiona iedzīvotājiem. Arī pirmās ārstu prakses Latvijā savu darbību uzsāka Daugavpilī 2000.g. (Portāls: Daugavpils.lv).

Pētījuma metodoloģija

Medicīnas apģērbu un apavu veikalu pētījumi dod iespēju izvēlēties ekonomiski izdevīgu veikala atrašanas vietu, pareizi un kvalitatīvi pārdomāt veikala sortimentu un tā noformēšanu, iepazīties ar potenciāliem klientiem, kā arī izpētīt konkurentu piedāvājumus un darba taktiku.

Lai noskaidrotu, cik izdevīgi būtu izvietot mazumtirdzniecības veikalu Daugavpils reģionā, izmantojot portālā "Nacionālais veselības dienests" pieejamos datus, tika atlasītas medicīniskās iestādes, kas atrodas Latgales novadā. Tas sniedz iespēju saprast, cik liels klientu daudzums varētu būt ieinteresēts medicīnas apģērbu, apavu un citu aizsardzības līdzekļu iegādē.

Izmantojot CSP pieejamos datus, tika atlasīta informācija par izdevumiem veselības aprūpei un līdzīgo mazumtirdzniecības nozaru apgrozījumiem. Apstrādājot sekundāros datus, pētījuma rezultātos tie tika apspoguļoti, izmanojot grafisko analīzi.

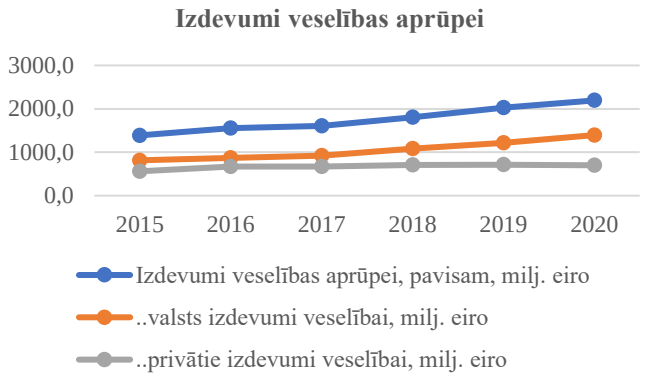
Pētījuma rezultāti

Portālā "Nacionālais veselības dienests" tika atlasīta informācija par medicīnas iestādēm un ārstu praksēm, kas izvietotas Daugavpils pilsētas tuvumā – Latgales novadā. Medicīnas iestāžu daudzums, liecina par to, ka veikalam, kas tiks orientēts un medicīniskiem darba apģērbiem un apaviem un ļoti laba izvietošanas vieta, kas sniegs labas izaugsmes iespējas (sk. 3.tabulu).

3.tabula. Ambulatorās ārstniecības iestādes un to sniegtie pakalpojumi (Avots: Nacionālais veselības dienestrs, https://www.vmnvd.gov.lv/lv/ambulatoras-iestades-un-arsti-specialisti)

Nr.p.k.	Ārstniecības iestāde	Adrese
1.	Daugavpils reģionālā slimnīca, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Vasarnīcu iela 20, Daugavpils, LV-5417
2.	Daugavpils psihoneiroloģiskā slimnīca, Valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību	L.Dārza iela 60/ 62, Daugavpils, LV-5417
3.	Daugavpils bērnu veselības centrs, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	18.Novembra iela 19, Daugavpils, LV-5403
4.	Dermatovenerologs, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Siguldas iela 10 b, Daugavpils, LV-5404
5.	Ivako group, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Lāčplēša iela 36/38, Daugavpils, LV-5401
6.	Grīvas poliklīnika, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Lielā iela 42, Daugavpils, LV-5418
7.	Privātklīnika "Ģimenes veselība, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Ģimnāzijas iela 10a-2a, Daugavpils, LV-5401
8.	Meda D, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Alejas iela 96a, Daugavpils, LV-5401
9.	Fizioterapijas kabinets VALE, Individuālais komersants	Cietokšņa iela 12-1, Daugavpils, LV-5401; Ģimnāzijas 10-2, Daugavpils, LV-5401
10.	LUC Medical, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Rīgas iela 54 a, Daugavpils, LV-5401; 18.Novembra iela 41, Rēzekne, Rēzeknes nav., LV-4601
11.	Rēzeknes slimnīca, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	18.Novembra iela 41, Rēzekne, LV-4601
12.	Veselības un sociālās aprūpes centrs "Viļāni"	Rīgas iela 57 A, Viļāni, Rēzeknes nov., LV-4650
13.	Krāslavas slimnīca, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Rīgas iela 159, Krāslava, LV-5601
14.	Kārsavas slimnīca, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Vienības iela 52, Kārsava, Ludzas nov., LV-5717
15.	Veselības un sociālo pakalpojumu centrs "Dagda", Krāslavas novada pašvaldības iestāde	Brīvības iela 29, Dagda, Krāslavas nov., LV-5674
16.	Ludzas medicīnas centrs, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	18.novembra iela 17, Ludza, Ludzas nov., LV-5701; Raiņa iela 43, Ludza, Ludzas nov., LV-5701
17.	Insaits A, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Raiņa iela 43, Ludza, Ludzas nov., LV-5701
18.	Preiļu slimnīca, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Raiņa bulvāris 13, Preiļi, Preiļu nov., LV-5301
19.	Lāzers, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Raiņa bulvāris 7, Preiļi, Preiļu nov., LV-5301
20.	Līvānu slimnīca, Līvānu novada domes pašvaldības sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Zaļā iela 44, Līvāni, LV-5316
21.	Veselības centrs Ilūkste, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Raiņa iela 35, Ilūkste, Augšdaugavas nov., LV-5447
22.	Rehabilitācijas centrs "Rāzna", Sabiedrība ar ierobežotu atbildību	Sauču kalna iela 3, Veczosna, Lūznavas pag., Rēzeknes nov., LV-4627
	Kā arī Latgales reģionā papildus savus medicīniskos pakalpojumus piedāvā 39 ārstu prakses	

Izvērtējot Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) datus par izdevumiem veselības aprūpei Latvijā laika periodā sākot ar 2015.g. līdz 2020.g., var redzēt, ka tie ar katru gadu pieaug, kā rezultātā var cesināt, ka medicīnas pakalpojumi ar katru gadu vairāk un vairāk tiek pieprasīti, attiecīgi arī medicīnas darbinieku skaitam vajadzētu palielināties, lai spētu sniegt pilnvērtīgu pakalpojumu sniegšanu šajā nozarē, kā rezultātā arī mediķu apģērbs ar vien vairāk būs nepieciešams un pieprasīts Latvijas medicīniskajā nozarē. Zemāk grafiskajā attēlā ir atspoguļoti izdevumi, kas uzrādīti milj. eiro vienībā un, kur var vērot izdevumu palielināšanos (sk. 1.att).

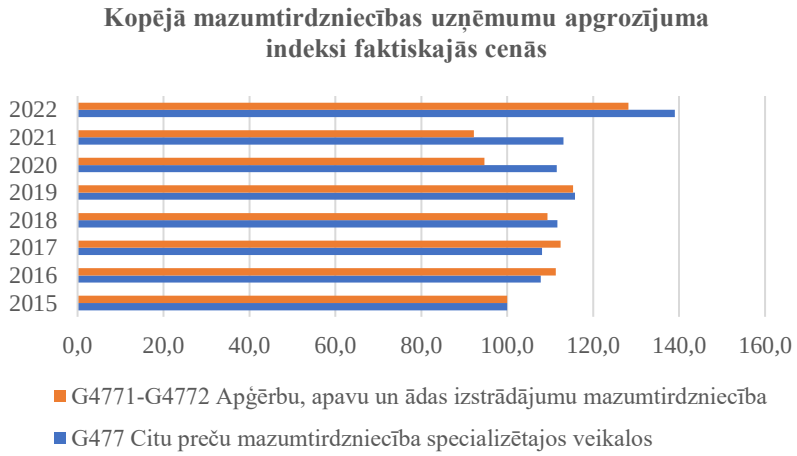


1.att. Izdevumi veselības aprūpei (Avots: Autora veiktās sekundāro datu analīzes rezultātu apkopojums)

CSP datu bāzē tika apskatītas divas mazumtirdzniecības nozares:

- apģērbu, apavu un ādas izstrādājumu mazumtirdzniecība;
- citu preču mazumtirdzniecība specializētajos veikalos.

Tas palīdzēs saprast, kā šajās mazumtirdzniecības sfērās mainijās apgrozījums laika periodā no 2015.g. līdz 2022.g., kas varētu nedaudz vairāk parādīt pieprasījumu līdzīgajās tirdzniecības nozarēs, jo CSP portāls nesniedz datus tieši par medapģērbu un apavu mazumtirdzniecību. Un ko mēs varam secināt, ka 1.grupā apgrozījums bija samazinājies 2020-2021.g., bet 2022.g. tas krietni pieauga, bet specializēto veikalu apgrozījums sākot no 2016. līdz 2021.g. praktiski bija nemainīgs, bet 2022.g. tas arī staruji pieauga. Bet ir jau labs rādītājs, ka netika vērots straujšs pieprasījuma samazinājums, tas ir līdzīgajā līmenī visu astoņu gadu laikā (sk. 2.att.).



2.att. Kopējā mazumtirdzniecības uzņēmumu apgrozījuma indeksi (Avots: autora veiktās sekundāro datu analīzes rezultātu apkopojums)

Izmantojot pieejamos datus, tika izvērtēti uzņēmumi, kas nodarbojas ar medicīnas apģērbu un apavu tirdzniecību Latvijas tirgū. Visas zemāk minētās tirdzniecības vietas piedāvā medicīnas apģērbus un apavus, kā arī citus aksesuārus. Visi veikali ātrodas ārpus Daugavpils reģiona, izņemot veikalu Caca, kas vairāk orientēts uz ikdienas apģērbiem un, kā papildus sortimentu, piedāvā medicīnas aizsardzības līdzekļus, bet veikals specializējās tikai internetvaikala vidē (sk. 4.tabulu).

4.tabula. Medapģērbu un apavu tirdzniecības vietas (Avots: Autora datu bāzes rezultātu apkopojums)

Uzņēmums nosaukums	Mājas lapa
medUniform – Rīga, Liepāja	https://meduniform.eu/
Prāna Ko – Rīga	https://prana-ko.lv/lv/
Arbor – Rīga	https://arbor.lv/
Medilink – Rīga	https://www.medilink.lv/
Malli – Rīga	https://alldental.lv/kontakty/
Caca – Daugavpils	https://medicine.lv/
Amber Outdoor – Rīga	https://medibuapgerbi.lv/
Ardeline – Rīga	https://ardeline.lv/lv
Sakta – Tukums	https://sakta.lv/

Secinājumi

Apgrozījums apģērbu, apavu un ādas izstrādājumu mazumtirdzniecības un citu preču mazumtirdzniecība specializētajos veikalos ir pieaudzis. Daugavpils reģionā un blakus izvietotajās pilsētās ir ļoti liels medicīnisko uzņēmumu daudzums. Izdevumi veselības aprūpei ar katru gadu palielinās, kas liecina par to, ka medicīnas nozare turpina attīstīties un pieprasījums uz to pieaug. Daugavpilī nav nopietnu konkurentu medicīnas aizsarglīdzekļu mazumtirdzniecībā. Medicīniskajam tekstilam, apaviem un citiem aizsardzības līdzekļiem ir ļoti svarīga loma, lai aizsargātu, novērstu un kontrolētu infekciju.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Centrālās statistikas pārvalde (2023). *Izdevumiem veselības aprūpei 2013.-2020.g. un kopējie mazumtirdzniecības uzņēmumu apgrozījuma indeksi 2015.-2022.g.* Elektroniskais resurss [skatīts 02.04.2023]. Pieejams: https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_VES_VA_VAI/VAI010/

Daugavpils.lv. (2023). *Veselības aprūpe.* Elektroniskais resurss [skatīts 26.03.2023]. Pieejams: https://www.daugavpils.lv/pilseta/iedzivotajiem/veselibas-aprupe

Medicine.lv (2022). *Pēc-pandēmijas posmā aug pieprasījums pēc medicīnas pakalpojumiem.* Elektroniskais resurss [skatīts 14.03.2023]. Pieejams: https://medicine.lv/raksti/petijums-pec-pandemijas-posma-aug-pieprasijums-pec-medicinas-pakalpojumiem

Nacionālais Veselības Dienests (2023). *Ambulatorās iestādes un ārsti speciālisti.* Elektroniskais resurss [skatīts 26.03.2023]. Pieejams: https://www.vmnvd.gov.lv/lv/ambulatoras-iestades-un-arsti-specialisti

Pilsētas.lv. (2023). *Daugavpils.* Elektroniskais resurss [skatīts 26.03.2023]. Pieejams: https://pilsetas.lv/latvijas_regioni/daugavpils

Praude.V, Liniņa.I (2018). *Pārdošanas vadība.* Rīga: Turība

TextileBlog (2020). *Importance of medical textiles in infection prevention and control.* Elektroniskais resurss [skatīts 25.03.2023]. Pieejams: https://www.textileblog.com/importance-medical-textiles-infection-prevention-control/?utm_content=cmp-true

Tfltft (2018). *Medical shoes and why they are important.* Elektroniskais resurss [skatīts 25.03.2023]. Pieejams: https://medium.com/@tfltft/medical-shoes-and-why-they-are-important-a21426b3673c

Lāsma Krūmiņa. UZŅĒMĒJDARBĪBAS ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS SKAISTUMKOPŠANAS PAKALPOJUMU SNIEGŠANĀ PREIĻU NOVADĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: lasma.dzene.ld@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmējdarbības uzsākšana vienmēr saistās ar iespējamiem finanšu līdzekļu zaudēšanas riskiem. Veidot biznesu skaistumkopšanas nozarē bez iepriekšējas situācijas izpētes būtu nesaprātīgi. Centrālās statistikas pārvaldes dati liecina, ka darba samaksa Preiļu novadā 2021. un 2022. gadā ir pieaugusi. Pašvaldības veiktajā aptaujā, 2022. gadā, par iedzīvotāju apmierinātību ar dzīvi Preiļu novadā, vairākums (209) no 339 respondentiem izteica, ka ir apmierināti ar dzīvi novadā. Tomēr 2022. gadā lielu satricinājumu ekonomikai pasaulē un Latvijā izraisīja izmaiņas ģeopolitiskajā situācijā, inflācija, enerģijas cenu lēciens un sadārdzinājums pārtikas cenām, traucējumi piegādes ķēdēs. (Latvijas ekonomikas attīstības pārskats, Ekonomikas ministrija, 2022.) Dzīves dārdzība Latvijā ir strauji pieaugusi, un iedzīvotāji izvērtē savus tēriņus piesardzīgāk. Daudzi šajā grūtajā laikā izvērtē nepieciešamību apmeklēt skaistumkopšanas salonus, tomēr ir iedzīvotāju kategorijas, kuri neatsakās no sev pierastajām procedūrām. Lielai daļai mūsdienu cilvēku, neatkarīgi no atrašanās vietas un maciņa biezuma, to nosaka viņu sociālais statuss, darbā ieņemamais amats, vai vienkārši savas emocionālās labsajūtas vadīts, izjūt nepieciešamību sevi estētiski sakopt.

Pētījuma mērķis: Novērtēt jauna uzņēmuma skaistumkopšanas pakalpojumu sniegšanā izveides iespējas Preiļu novadā.

Pētījuma metodes: Sekundāro datu analīze – statistisko datu analīze, grafiskā analīze un anketēšana – aptaujas mērķis noskaidrot potenciālo klientu viedokli par pakalpojumu pieejamību un kvalitātes - cenas atbilstību viņu prasībām un pirktspējai.

Sasniegtie rezultāti: Veicot novērtējumu skaistumkopšanas uzņēmumu attīstības iespējām Preiļu novadā, balstoties uz pētījuma rezultātiem, tika secināts, ka jauna uzņēmuma izveides iespējas pastāv. Lai sekmētu iespēju īstenošanu, jāveic padziļināta izpēte sava biznesa ģeogrāfiskās atrašanās vietas izvēlē, konkurentu pakalpojumu klāsta un cenu izpēte.

Atslēgas vārdi: skaistumkopšana; Preiļu novads; uzņēmējdarbība; konkurence.

Ievads

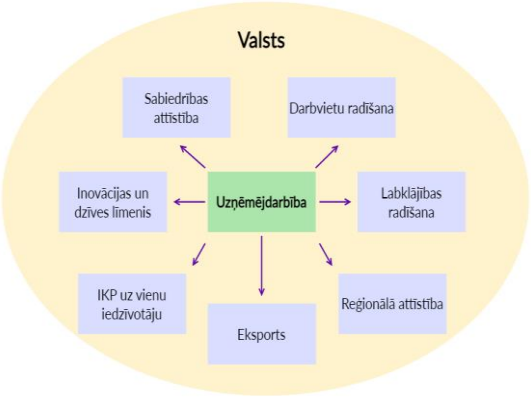
Šobrīd lielai daļai Latvijas sabiedrības visa uzmanība ir pievērsta inflācijai, kas vairāk nekā trīskārt pārsniegusi pēdējo 10 gadu augstāko līmeni. Finanšu ministrija prognozē, ka 2023. gada IKP saglabāsies pagājušā gada līmenī, ar iespējamu nelielu pieaugumu. Uzsākt jaunu uzņēmējdarbību šobrīd ir riskanti, bet ne neiespējami. Veicot padziļinātu nozares izpēti un reģiona ekonomisko attīstību, var prognozēt uzņēmējdarbības potenciālu. Skaistumkopšanas nozares piedāvātie pakalpojumi nebūt nav attiecināmi pie pirmās nepieciešamības pakalpojumiem, bet kādai daļai iedzīvotāju, tie ir svarīga dzīves sastāvdaļa. Tāpēc neskatoties uz grūtībām, kādām ir bijusi pakļauta skaistumkopšanas nozare pēdējos gados, ir redzams, ka neatlaidīgie cīnās, meklē jaunus risinājumus, kā izdzīvot un arī pelnīt šajos grūtajos laikos.

Statistikas dati liecina, ka pēdējos gados darba samaksa Preiļu novadā pieaug, novada veiktajos pētījumos iedzīvotāji norāda uz apmierinātību ar dzīvi novadā. Tie ir pirmie rādītāji, ka ir potenciāli iespējams uzsākt jaunu uzņēmējdarbību. Palielinoties iedzīvotāju labklājībai un parādoties brīvajiem līdzekļiem, arvien lielāka daļa iedzīvotāju varētu apsvērt iespēju to tērēt sevis sakopšanai ārpus mājām. Skaistumkopšana ir ienākusi mūsu ikdienā, un šī nozare strauji attīstās, pareizi izstrādājot sava uzņēmuma konceptu, piedāvājot kvalitāti un dažādību pakalpojumos, ir iespējams izveidot plaukstošu uzņēmumu. Atrašanās vieta, interjers, darbinieku kolektīvs, kā arī pakalpojumu izmaksas var stipri ietekmēt uzņēmuma dzīvotspēju.

Pētījuma mērķis bija novērtēt jauna skaistumkopšanas uzņēmuma izveides iespējas Preiļu novadā. Pētījuma uzdevumi bija šādi: izpētīt uzņēmējdarbības attīstības dinamiku Preiļu novadā; veikt analīzi par skaistumkopšanas pakalpojumu pieprasījumu Preiļu novadā; izdarīt secinājumus, vai jauna skaistumkopšanas uzņēmuma izveidei Preiļu novadā ir potenciāls. Pētījuma izstrādē tika izmantotas vairākas pētnieciskās metodes: sekundāro datu analīze – statistisko datu analīze; grafiskā analīze; pptauja - respondentu viedokļu izzināšana ar aptaujas anketas palīdzību.Datu apstrādei tika izmantota MS Excel 2019.

Analītiskais apskats

Uzņēmējdarbība ir nozīmīgs valsts ekonomiskās izaugsmes dzinējspēks, kas nodrošina produktivitātes uzlabošanos, jaunāko tehnoloģiju ieviešanu, nodarbinātības veicināšanu un iedzīvotāju labklājības celšanos kopumā (Krūmiņa I., 2020). Tāpēc tas ir vitāli nepieciešamas, lai pašvaldības un valsts atbalstītu jaunu uzņēmēju uzdrīkstēšanos sākt un turpināt veidot biznesu, tās pienesums visai sabiedrībai ir nozīmīgs (sk. 1. att.).

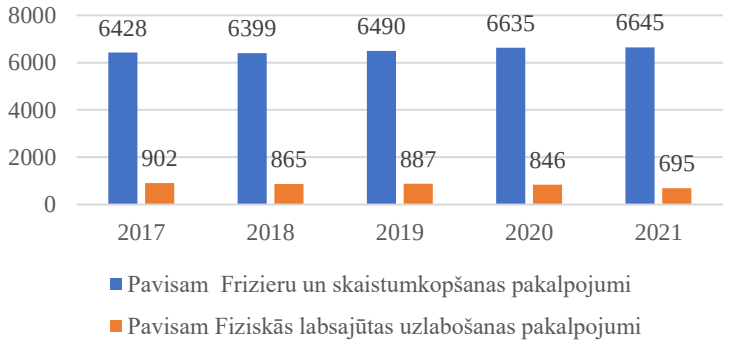


1.att. Uzņēmējdarbības loma tautsaimniecībā (Avots. www.naudasskola.lv)

Kritēriji, kas raksturo labvēlīgu uzņēmējdarbības vidi, ir normatīvo aktu prasības uzņēmējdarbības jomā, kuras nerada šķēršļus uzņēmumu pastāvēšanai un ir stabilas, lai uzņēmums spētu plānot savu darbību, stabils makroekonomiskais stāvoklis valstī (stabilitāte finanšu tirgū, zema inflācija un bezdarba līmenis u.c.), pieejami finanšu resursi par saprātīgām kredītu procentu likmēm, attīstīta infrastruktūra, efektīva inovāciju un izglītības politika (nodrošinot darba tirgu ar profesionāliem konkrētu jomu speciālistiem, investējot zinātnē un inovācijās), inovatīvu darbību veicinoša infrastruktūra (zinātnes tehnoloģiskie centri, biznesa un inovāciju inkubatori, radošie inkubatori, kompetenču centri), godīgas konkurences regulējums un speciāli izstrādāta valsts atbalsta politika. (naudasskola.lv, 2022)

Lai gan Latvija pēc vairākiem rādītājiem neatpaliek no citām ES dalībvalstīm, faktiskā darba tirgus situācija dažādām iedzīvotāju grupām un dažādos reģionos ievērojami atšķiras. Dažās profesijās un reģionos darbaspēka trūkst, savukārt citviet vērojama nepietiekama nodarbinātība. Zemākais nodarbinātības līmenis un lēnākais nodarbinātības līmeņa pieaugums ir Latgales reģionā, savukārt augstākais – Rīgas reģionā. 2018. gadā nodarbinātības līmeņa starpība starp Rīgas un Latgales statistiskajiem reģioniem bija 12,3 procentpunkti, ekonomiskās aktivitātes līmeņa starpība – 9,5 procentpunkti. Savukārt vislielākā bezdarba līmeņa rādītāju starpība 2018. gadā bija starp Pierīgas reģionu un Latgales reģionu – 7,1 procentpunkts. Arī 2019. gada otrajā pusē reģistrētais bezdarba līmenis Latgales reģionā bija ievērojami augstāks nekā pārējos reģionos – 13,6 %, savukārt pārējos reģionos tas variēja no 4,1 % līdz 6,3 % (Ekonomikas ministrija, 2019). Uzņēmējdarbības attīstību reģionos ietekmē vairāki makrolīmeņa izaicinājumi – demogrāfiskās attīstības tendences, darbaspēka neatbilstība darba tirgus prasībām, starptautiskās politiski ekonomiskās situācijas attīstības tendences (Klāsons, Spuriņš, 2015).

Skaistumkopšanas nozare kopumā Latvijā attīstās vienmērīgi, pēc Centrālās statistikas datiem, pēdējos gados uzņēmumu skaits, kas sniedz skaistumkopšanas un fiziskās labsajūtas pakalpojumus ir līdzīgs ar nelielu pieaugumu katru gadu (sk. 2.att). Šie dati atspoguļo kopējo ainu valstī.



2.att. Ekonomiski aktīvo skaistumkopšanas pakalpojumu sniegšanas uzņēmumu skaits (CSP dati)

Latgalē ekonomiskā situācija ir atšķirīga no pārējiem reģioniem. Šeit pastāv liela iedzīvotāju migrācija, un dabiskais pieaugums ir negatīvs, tas viss rada bažas vai turpmāk nākotnē jaunam uzņēmumam būs nepieciešamais klientu skaits.

Pētījuma metodoloģija

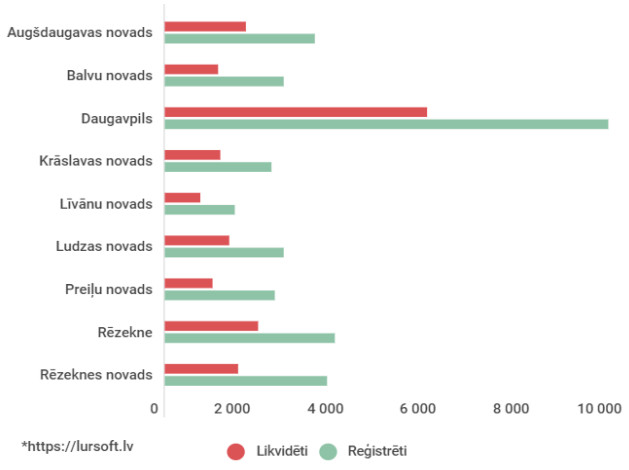
Lai noskaidrotu vai jauna skaistumkopšanas uzņēmuma dibināšanai Preiļu novadā ir potenciāls, darba autore veica statistikas izpēti uzņēmējdarbībā Preiļu novadā kopumā. Analizēja novada gada pārskatus, ilgtspējīgas attīstības pārskatus. Analizēja jau esošo skaistumkopšanas pakalpojumu sniedzējus Preiļu novadā. Lai noskaidrotu potenciālo pakalpojumu saņēmēju viedokli, tika izstrādāta anketa ar 12 jautājumiem, par pakalpojumu pieejamību un kvalitātes - cenas atbilstību viņu prasībām un pirktspējai. Aptauja norisinājās no 2023. gada 13. marta līdz 2023. gada 31. martam. Anketa tika izveidota elektroniski un tika izplatīta ar Facebook, WhatsApp palīdzību. Pētījuma bāze. Preiļu novada iedzīvotāji. Anketēšanā piedalījās 82 respondentu, vecumā no 17 līdz 77 gadiem, 72 sievietes un 10 vīrieši.

Pētījuma rezultāti

Preiļu novads atrodas Latvijas dienvidrietumu daļā, Viduslatgalē, ar administratīvo centru – Preiļi. Preiļi atrodas 210km attālumā no Rīgas un 50km attālumā no nacionālas nozīmes pilsētām: Rēzeknes, Daugavpils un Jēkabpils. Preiļi ir šī trijstūra centrā. Atbilstoši likumam "Administratīvo teritoriju un apdzīvoto vietu likums", sākot ar 01.07.2021., Preiļu novada administratīvajā teritorijā ietilpst 15 teritoriālās vienības – Preiļu pilsēta, Aglonas pagasts, Aizkalnes pagasts, Preiļu pagasts, Pelēču pagasts, Saunas pagasts, Riebiņu pagasts, Sīļukalna pagasts, Galēnu pagasts, Stabulnieku pagasts, Silajāņu pagasts, Rušonas pagasts, Vārkavas pagasts, Upmalas pagasts, Rožkalnu pagasts. Iedzīvotāju skaits Preiļu novadā uz 01.07.2022. – 17 279 (Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes dati, 2022).

Analizējot Preiļu novadu pēc kritērijiem, kas raksturo labvēlīgu vidi uzņēmējdarbībai, darba autore konstatēja, ka vērojama pakāpeniska Preiļu novada iedzīvotāju skaita samazināšanās. Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas (VARAM) 2020. gadā sagatavotajā apvienotā Preiļu novada pašvaldības profilā prognozēts, ka iedzīvotāju skaits 2030. gadā šajā teritorijā būs par 21,8% mazāks nekā 2020. gada sākumā. Preiļu novada ilgtspējīgas attīstības stratēģija no 2022. gada paredz Preiļu novadu veidot kā atpazīstamu Latgales reģiona daļu ar aktīvu iedzīvotāju līdzdalību, inovatīvu un resursus taupošu ekonomiku, sakārtotu publisko infrastruktūru un pievilcīgu dzīves vidi visā novada teritorijā. Uzsvars liekams uz uzņēmējdarbības vides stimulēšanu, ģimeņu atbalsta politiku un iedzīvotājiem svarīgu pamata pakalpojumu nodrošināšanu tuvu dzīves vietai (Preiļu novada pašvaldība, 2021). Pašvaldības veiktajā aptaujā, 2022. gada maija un jūnija mēnešos, par iedzīvotāju apmierinātību ar dzīvi Preiļu novadā, vairākums (209) no 339 respondentiem izteicas, ka ir apmierināti ar dzīvi novadā.

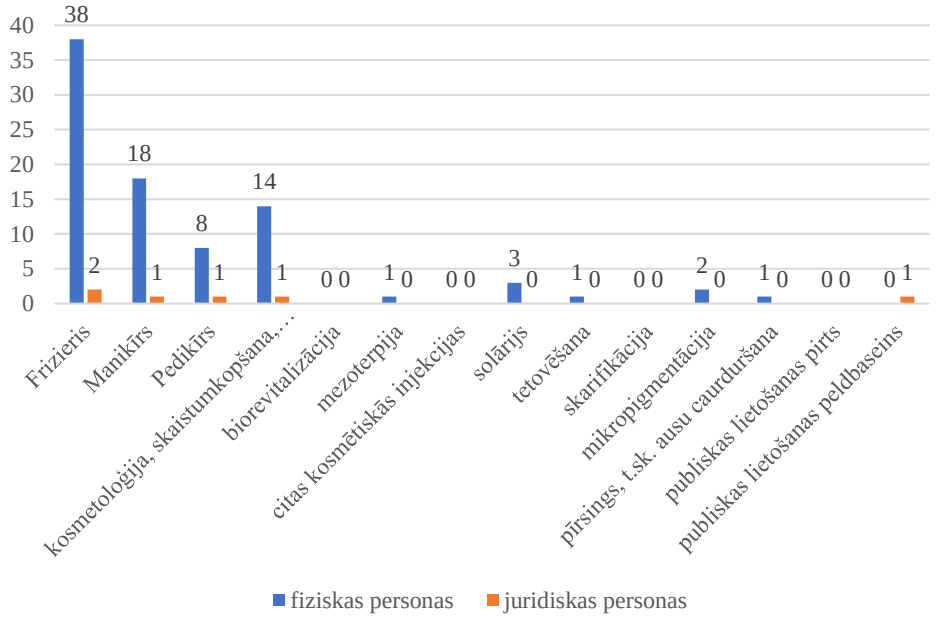
Nozīmīgākās tautsaimniecības nozares: augkopība un lopkopība, pakalpojumi un tirdzniecība. 2021. gadā Preiļu novadā bija reģistrēti 1336 uzņēmumi, no kuriem 746 zemnieku saimniecības. Bezdarba līmenis 2021. gada jūlijā – 9,2%, otrs zemākais Latgalē. Apskatot 2021. gada pārskatu par uzņēmējdarbības veicējiem, Lursoft dati liecina, ka Preiļu novadā tiek dibināti jauni uzņēmumi vairāk, nekā tiek likvidēti (sk. 3. att.).



3. att. Uzņēmumu skaits Latgalē 2021.(Avots: Lursoft dati, 2022)

Latgalē, 2021. gadā bija 14 733 ekonomiski aktīvi uzņēmumi, Preiļu novadā 2021. gadā tika izveidoti jauni 2 365 uzņēmumi un likvidēts 1 041 uzņēmums.

Apskatot pieejamo informāciju par reģistrētajiem paziņojumiem Veselības ministrijai no skaistumkopšanas un tetovēšanas pakalpojumu sniedzējiem, kas veic saimniecisko darbību, tad 2022. gada nogalē Preiļu novadā bija reģistrētas 67 fiziskas personas un 3 juridiskas personas. Preiļos – 62 fiziskas personas un 2 juridiskas personas, Aglonā - 4 fiziskas personas un 1 juridiska persona un Riebiņos – 1 fiziska persona (sk. 4. att.).

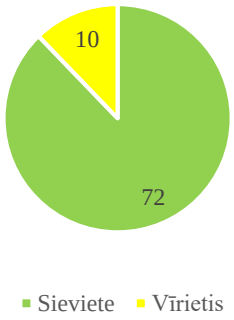


4.att. Skaistumkopšanas pakalpojumu veidi un sniedzēju skaits Preiļu novadā 2022. gadā
(Avots: Autores apkopotie dati)

Dotajā attēlā atspoguļoti visi pakalpojumu veidi, no Veselības ministrijas reģistra, tādējādi var secināt, ka Preiļu novadā netiek piedāvāti daudzi pakalpojumu veidi un šeit ir iespēja uzņēmējdarbības attīstībai. Dati norāda, ka Preiļu novadā lielākais pakalpojumu piedāvājums, un pakalpojumu sniedzēju skaits ir pieejams Preiļu pilsētā. No iegūtajiem datiem var secināt, ka vislielākā konkurence pastāv četros pakalpojumu veidos – friziera, manikīra, pedikīra un kosmetologa. Kosmetologa pakalpojumos ietilpst sejas un ķermeņa procedūras, uzacu korekcija un krāsošana, vaksācijas pakalpojumi.

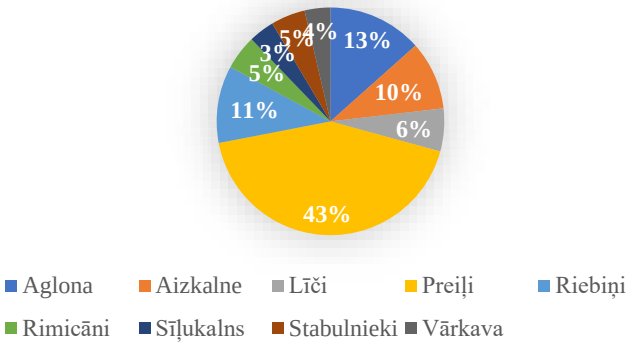
Novada iedzīvotāju viedokļa noskaidrošanai, darba autore izmantoja empīriskās izpētes kvantitatīvo pētniecības metodi, aptauju. Veicot anketēšanu, darba autore vēlējās noskaidrot, novada iedzīvotāju domas par skaistumkopšanas pakalpojumu pieejamību, kvalitāti un cenu. Visi respondenti piedalījās aptaujā brīvprātīgi.

Aptaujas anketa tika uzsākta ar demogrāfiskajiem jautājumiem, lai izzinātu sociāli demogrāfiskos faktus par pašiem respondentiem (sk. 5.att.)



5.att. Respondentu sadalījums pēc dzimuma (Avots: Autores apkopotie dati)

Anketēšanā lielākā respondentu daļa - 88% bija sievietes. Kas tradicionāli arī vairāk un biežāk izmanto skaistumkopšanas pakalpojumus. Sievietes vecumā no 17 līdz 78 gadiem un vīrieši no 22 līdz 61 gadiem.

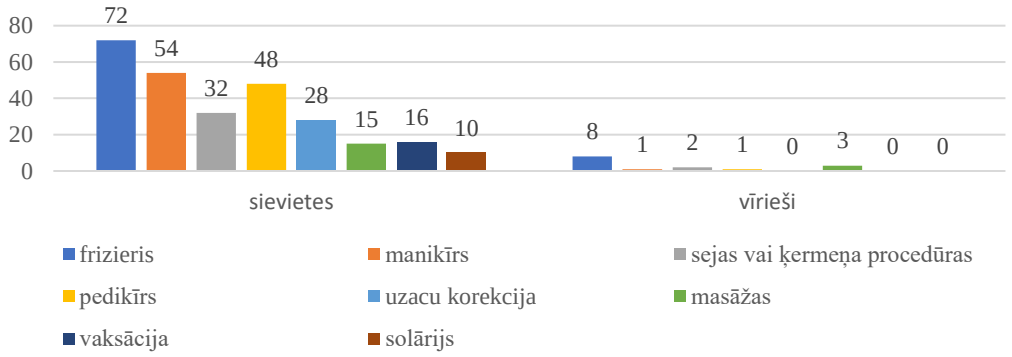


6.att. Respondentu sadalījums pēc dzīves vietas (Avots: Autores apkopotie dati)

Lai gūtu labāku priekšstatu par situāciju skaistumkopšanas pakalpojumu saņemšanā, Preiļu novadā autorei izdevās iegūt datus no deviņām apdzīvotām vietām Preiļu novadā. Tādējādi gūstot labāku priekšstatu par pakalpojumu lietošanu visā novadā (sk. 6.att).

Uz jautājumu vai izmantojat kādus no skaistumkopšanas pakalpojumiem ārpus mājām, visi 82 respondenti sniedza apstiprinošu atbildi.

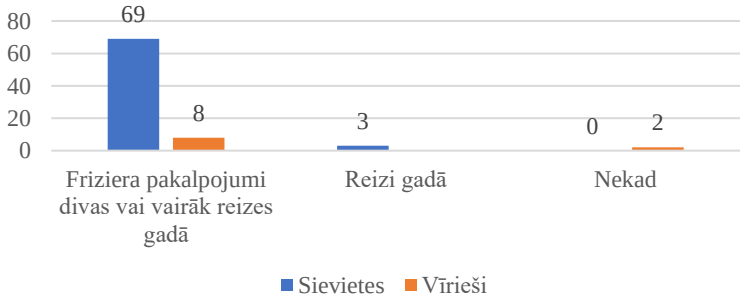
Uz jautājumu kādus no skaistumkopšanas pakalpojumiem izmantojat, respondenti varēja norādīt vairākus pakalpojumu veidus (sk. 7.att.).



7.att. Skaistumkopšanas pakalpojumu sadalījums (Avots: Autores apkopotie dati)

No aptaujātajiem vīriešiem, kādu no skaistumkopšanas pakalpojumiem izmanto katrs vīrietis, bet kopumā var saskatīt, ka vīrieši Preiļu novadā ir kūtri, un pamatā neko vairāk par friziera pakalpojumiem neizmanto.

Vairākums no respondentiem katru gadu divas vai vairāk reizes apmeklē friziera pakalpojumus (sk. 8.att.).

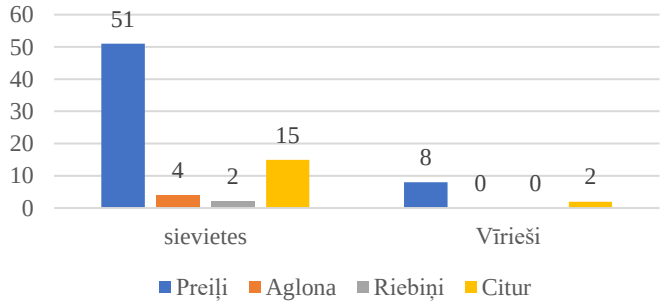


8.att. Respondentu atbildes par friziera pakalpojumu saņemšanu (Avots: Autores apkopotie dati)

Pie šī jautājuma bija iespēja sniegt papildu komentārus. Tie, respondenti, kas norādīja, ka neapmeklē frizieri salonā, norādīja, ka pakalpojumu saņem mājās. Kā arī tie, kas norādīja, ka pakalpojumu saņem tikai dažas reizes gadā, arī bija norādījuši, ka dažreiz pakalpojumus saņem mājās. Kas ne vienmēr ir pakalpojums par samaksu.

Otrs populārākais skaistumkopšanas pakalpojums bija manikīrs un pedikīrs. Pie pakalpojuma pedikīrs vairākiem respondentiem bija komentārs, ka tas tiek veikts ārstnieciskos nolūkos. Visi šie respondenti ir diabētiķi un šo pakalpojumu veic pie sertificēta podologa.

Uz jautājumiem par pakalpojumu pieejamību, respondenti norādīja trīs pakalpojumu saņemšanas vietas Preiļu novadā – Preiļu pilsēta, Aglona un Riebiņi. 17 respondenti dažreiz izvēlas pakalpojumus saņemt citur – komentāros tika norādītas Rīga un Daugavpils (sk. 9.att.).

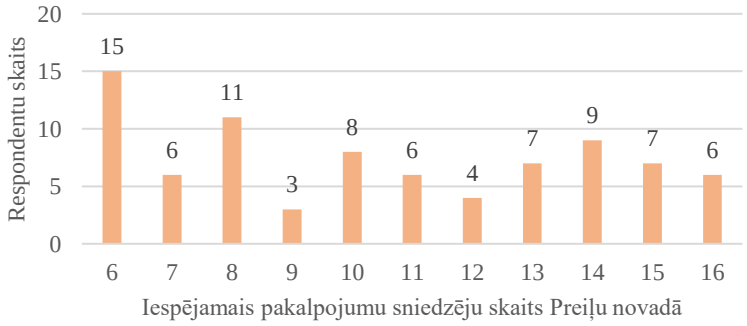


9.att. Respondentu sadalījums pēc pakalpojumu saņemšanas vietas (Avots: Autores apkopotie dati)

Uz jautājumu, cik viegli un ātri ir tikt pie sev vēlamā pakalpojuma, respondenti norādīja, ka dažreiz nākoties gaidīt līdz pat divām nedēļām, un pie sev vēlamā speciālista nemaz nav iespējams veikt ātro, nākamās dienas pierakstu.

Uz jautājumu par pakalpojumu izcenojumiem, respondenti norādīja, ka cenas ir pieņemamas Latgales reģionam, kā arī to, ka pēdējā gada laikā pakalpojumu cenas ir palielinājušās. Cenu diapazons no 10 eiro līdz 50 eiro, respondentiem likās vairāk nekā pieņemams priekš attiecīgā novada.

Uz jautājumu par pakalpojumu sniedzēju daudzumu Preiļu novadā, respondentiem tika jautāts nosaukt skaitu, cik viņi zina, kas sniedz skaistumkopšanas pakalpojumus (sk. 10.att.).



10.att. Iespējamais pakalpojumu sniedzēju skaits Preiļu novadā (Avots: Autores apkopotie dati)

Pēc aptaujāto respondentu domām skaistumkopšanas pakalpojumu sniedzēju skaits stipri atšķiras no Veselības ministrijas ziņotajiem saimnieciskās darbības veicējiem. Šajā jautājumā tika prasīts kopējais skaits, neizdalot konkrētus pakalpojumu sniedzējus.

Secinājumi

Pētījumā rezultātā tika veikti šādi secinājumi:

— Analizējot statistikas datus, no ģeogrāfiskā viedokļa jaunu uzņēmumu dibināt būtu vēlams Preiļu pilsētā. Pilsētā ir iespējama jau esošas infrastruktūras pielāgošana savām vajadzībām un

izvērtējot aptaujas respondentu sniegtās atbildes lielākā daļa no novada iedzīvotājiem, pakalpojumus saņem tieši pilsētā.

- Vadoties pēc centrālās statistikas datiem, darba samaksa Preiļu novadā palielinās, no tā var secināt, ka iedzīvotājiem var veidoties brīvie līdzekļi, kurus var novirzīt ne pirmās nepieciešamības pakalpojumos.
- Ņemot vērā, ka Preiļu novada administrācija savos ilgtspējīgas attīstības pārskatos norāda uz atbalstu jaunajiem un esošajiem uzņēmējiem, tad var secināt, ka dibinot jaunu uzņēmumu varētu saņemt atbalstu no pašvaldības. Atbalsts varētu būt informatīvs, dokumentācijas kārtošanā, vai, piemēram, kādu izdevīgu noteikumu piedāvājums telpu īrei.
- No respondentu atbildēm var secināt, ka pieprasījums pēc skaistumkopšanas pakalpojumiem ir pietiekošs. Un esošais piedāvājums ne vienmēr to var apmierināt. Uz to norāda gan ilgais gaidīšanas laiks uz pierakstu, gan tas, ka daudzi pakalpojumu sniedzēji nav zināmi plašākai publikai.
- Analizējot datus no Veselības ministrijas reģistra par skaistumkopšanas un tetovēšanas pakalpojumu sniedzējiem, var secināt, ka Preiļu novadā netiek piedāvāti daudzi pakalpojumu veidi un šeit ir iespēja uzņēmējdarbības attīstībai.
- Apskatos visus analizētos datus, var secināt, ka ir perspektīva dibināt jaunu skaistumkopšanas uzņēmumu Preiļu novadā. Sastādot detalizētu biznesa plānu un rēķinoties ar palielākām investīcijām. Kā arī jāapsver iespēja, piesaistīt jaunus speciālistus, lai varētu nodrošināt tos pakalpojumus, kas pašlaik netiek piedāvāti Preiļu novadā.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Klāsons, G., Spuriņš, U. (2015). *Uzņēmējdarbība reģionos Latvijā: aktivitāte, sadarbība, konkurētspēja*. Rīga: Latvijas Darba devēju konfederācija

Krūmiņa I. (2020). *Uzņēmējdarbības un nodarbinātības veicināšana Latvijas reģionos. Saeimas analītiskais dienests*. Elektroniskais resurss [skatīts 21.03.2023.]. Pieejams: https://www.uznemejdarbibas_un_nodarbinatibas_veicinasana_regionos.pdf

LR Ekonomikas ministrija (EM) (2019). *Latvijas makroekonomiskais apskats*. Elektroniskais resurss [skatīts 21.03.2023.]. Pieejams: https://em.gov.lv/files/tautsaimniecibas_attistiba/makro/makro_73_lv.pdf.

Naudasskola.lv (2023). *Uzņēmēju un valsts mijiedarbība*. Elektroniskais resurss [skatīts. 22.03.2023.] Pieejams: https://www.naudasskola.lv/lv/mana-ekonomika/limeni/10-12/uznemejs/uznemeju-un-valsts-mijiedarbiba

Preiļu novada pašvaldība (2021). *Preiļu novada attīstības programma 2022.-2029. gadam esošās situācijas raksturojums 2021*. Elektroniskais resurss [skatīts 21.03.2023.]. Pieejams: https://www.preilu_novada_attistibas_proramma_situacijas_apraksts.pdf

Preiļu novada pašvaldība (2021). *Preiļu novada ilgtspējīgas attīstības stratēģija no 2022. gada*. Elektroniskais resurss [skatīts 13.03.2023.]. Pieejams: https://www.preili.lv/lv/media/410/download?attachment

Laura Jansone. FINANŠU RISKI SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS UZSĀKŠANAI SKAISTUMKOPŠANAS NOZARĒ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: laura.jansone2000@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pēdējo gadu notikumi, kas noteiktu laika periodu ietekmēja skaistumkopšanas nozari kopumā, bija COVID-19 pandēmija. Periods, kad bija jāievēro karantīna un darbības apturēšana. Pandēmijas sekas ekonomikā ir redzamas ar straujo inflācijas pieaugumu. Pēc Centrālās statistikas datiem, patēriņa cenu pārmaiņas 2023. gada janvārī salīdzinot ar 2019. gada janvāri ir 32.8%.Tas nozīmē, ka pirktspēja 100.00 eiro apmērā 2019. gada janvārī ir vienāda ar 132.80 eiro 2023. gada janvārī. Kopējais cenu pieaugums, protams, daļēji ir arī Ukrainas kara rezultātā. Straujš un ievērojams materiālu un izejvielu cenu kāpums veido krietni lielāku skaistumkopšanas procedūru pašizmaksu. Šādos apstākļos ir grūtāk uzsākt saimniecisko darbību skaistumkopšanā, jo ir nepieciešams lielāks sākuma kapitāls nekā līdz šim tas ir bijis. Arī skaistumkopšanas apmācību cenas ir pieaugušas, kas jaunajiem speciālistiem ir nepieciešamas, lai varētu veiksmīgi uzsākt saimniecisko darbību. Sociālie tīkli mūsdienās ir galvenā reklāmas platforma, kur ir iespēja pasniegt savas darbības ideju, iepazīstināt ar saviem pakalpojumiem. Šobrīd arī reklāmu izvietošana sociālajos tīklos ir papildus izmaksas, taču laba iespēja sasniegt lielāku auditoriju. "Gemius Latvia" apkopotie 2017. gada dati liecina, ka Latvijā tīmeklī ir sasniedzami 82% iedzīvotāju un dažādus sociālos tīklus ikdienā lieto 57,1%. Pētījumi apliecina, ka sekošana kādam zīmolam sociālajos tīklos veicina tā preču vai pakalpojumu iegādi. (Swedbank biznesam, 2018)

Pētījuma mērķis: identificējot finanšu riskus saimnieciskās darbības uzsākšanā skaistumkopšanas nozarē, izstrādāt priekšlikumus to mazināšanai.

Pētījuma metodes: literatūras analīze, sekundāro datu analīze, anketēšana, grafiskā metode, aprakstošā statistikas metode.

Sasniegtie rezultāti: tika identificēti un apkopoti finanšu riski saimnieciskās darbības uzsākšanā skaistumkopšanas nozarē un izstrādāti priekšlikumi to mazināšanai.

Atslēgas vārdi: skaistumkopšana; riski; saimnieciskā darbība.

Ievads

Saimnieciskā darbība ir ļoti būtiska sastāvdaļa tam, lai valsts ekonomika varētu attīstīties un palīdzētu nodrošināt iedzīvotājiem labāku dzīves līmeni. Saimniecisko darbību un tās uzsākšanu var ietekmēt dažādi faktori un viens no tiem ir iespējamie finanšu riski. Tas ir viens no būtiskākajiem punktiem, ar ko saskaras jaunie uzņēmēji un saimnieciskās darbības veicēji. Īpaši pēdējā gada laikā, kad cenu kāpums ir ievērojami pieaudzis. Šie notikumi, kas noteiktu laika periodu ietekmēja skaistumkopšanas nozari kopumā, bija COVID-19 pandēmija. Periods, kad bija jāievēro karantīna un darbības apturēšana. Pandēmijas sekas ekonomikā ir redzamas ar straujo inflācijas pieaugumu. Pēc Centrālās statistikas datiem, patēriņa cenu pārmaiņas 2023. gada janvārī salīdzinot ar 2019. gada janvāri ir 32.8%.Tas nozīmē, ka pirktspēja 100.00 eiro apmērā 2019. gada janvārī ir vienāda ar 132.80 eiro 2023. gada janvārī.

Kopējais cenu pieaugums, protams, daļēji ir arī Ukrainas kara rezultātā. Straujš un ievērojams materiālu un izejvielu cenu kāpums veido krietni lielāku skaistumkopšanas procedūru pašizmaksu. Šādos apstākļos ir grūtāk uzsākt saimniecisko darbību skaistumkopšanā, jo ir nepieciešams lielāks sākuma kapitāls nekā līdz šim tas ir bijis. Arī skaistumkopšanas apmācību cenas ir pieaugušas, kas jaunajiem speciālistiem ir nepieciešamas, lai varētu veiksmīgi uzsākt saimniecisko darbību.

Pētījuma mērķis ir identificējot finanšu riskus saimnieciskās darbības uzsākšanā skaistumkopšanas nozarē, izstrādāt priekšlikumus to mazināšanai. Mērķa sasniegšanai tika izvirzīti šādi uzdevumi: izpētīt finanšu riskus saimnieciskās darbības uzsākšanā šobrīd; izvērtēt skaistumkopšanas pakalpojumu saimnieciskās darbības statistiku pēdējo gadu laikā; identificēt finanšu riskus saimnieciskās darbības uzsākšanā skaistumkopšanas nozarē un izvirzīt priekšlikumus to mazināšanai.

Pētījuma veikšanai tika izmantoti šādas pētījuma metodes: literatūras analīze, sekundāro datu analīze, anketēšana, grafiskā metode, aprakstošā statistikas metode. Sasniegtie rezultāti bija šādi: tika identificēti un apkopoti finanšu riski saimnieciskās darbības uzsākšanā skaistumkopšanas nozarē un izstrādāti priekšlikumi to mazināšanai.

Analītiskais apskats

Saimnieciskā darbība kopumā veicina valsts ekonomikas izaugsmi un attīstību, nodrošinot darbavietas, radot preces un pakalpojumus, kas ir nepieciešami, un palielinot ienākumus valstij un iesaistītajām personām. Tādējādi uzņēmējdarbība un saimnieciskā darbība ir ļoti svarīgas, lai valsts ekonomika varētu attīstīties un palīdzētu nodrošināt iedzīvotājiem labāku dzīves līmeni. (Latvijas vēstnesis, 1997)

Riska menedžments ir svarīgs, jo tas ļauj uzņēmumam vai saimnieciskās darbības veicējam identificēt un novērtēt iespējamās problēmas un apdraudējumus, kas var rasties, un plānot pasākumus to novēršanai vai samazināšanai. Viens no iemesliem, kādēļ riska menedžments ir būtisks, ka tas var novērst zaudējumus: riska menedžments var palīdzēt novērst finansiālos un citus zaudējumus uzņēmumam, novērtējot un identificējot potenciālās problēmas un risinot tās, pirms tās kļūst par nopietnām problēmām, kas var ietekmēt saimnieciskās darbības ilgtspēju. Riska menedžments ir svarīga sastāvdaļa, jo tas palīdz uzņēmumam vai saimnieciskās darbības veicējam saglabāt finansiālu stabilitāti un novērst problēmas, kas var ietekmēt tā ilgtermiņa izaugsmi un panākumus. (Jedynak & Bak, 2021)

Skaistumkopšana var palīdzēt uzlabot pašcieņu un pašapziņu, kas ir ļoti svarīgi psiholoģiskajai labklājībai un veselībai. Lielākā daļa cilvēku jūtas pašapmierinātāk, ja jūtas labi par sevi un savu izskatu. Skaistumkopšana var palīdzēt arī uzlabot sociālo dzīvi, jo cilvēki, kuri izskatās un jūtas labi, parasti ir pašpārliecinātāki un atvērtāki citiem cilvēkiem, savstarpējām attiecībām.

Finanšu riski skaistumkopšanas nozarē var būt:

- Uzņēmuma vai saimnieciskā darbības riski - tie ir saistīti ar uzņēmuma vai saimnieciskās darbības veicēja spēju sasniegt ieņēmumus, pārdot pakalpojumus, kā arī novērtēt nepieciešamo ieguldījumu līmeni, lai nodrošinātu nepieciešamo apjomu. Piemēram, ja neizdodas sasniegt pietiekamu ieņēmumu līmeni, tas varētu izraisīt finansiālas grūtības un maksātnespēju.
- Konkurējošu uzņēmumu vai saimnieciskās darbības veicēju un tirgus riski - tie ir saistīti ar izaicinājumiem un konkurenci, ko varētu saskarties no citiem konkurentiem un arī no tirgus pārmaiņām, kas var ietekmēt uzņēmuma pārdošanas apjomus un cenas.
- Finanšu riski - tie ietver sevī grūtības saistībā ar finanšu plānošanu, budžetu un pieejamo naudas plūsmu. Piemēram, nepareiza plānošana var novest pie uzņēmuma maksātnespējas.

— Likumdošanas un regulatīvie riski - tie ir saistīti ar noteikumiem un prasībām, kas noteiktas attiecīgajā nozarē, piemēram, medicīnas un skaistumkopšanas nozarē. Nepildīšana šīm prasībām var izraisīt sankcijas un citus administratīvos sodus (Financelatvia.eu, 2021).

Ir svarīgi, lai uzņēmums atzītu un novērtētu visus iespējamos finanšu riskus un izstrādātu stratēģijas to vadīšanai un samazināšanai. Svarīgs punkts, ko var pieminēt, lai ātrāk varētu attīstīt savu saimniecisko darbību un samazinātu daļu no finanšu riskiem, ir sociālie tīkli un mārketings. Sociālie tīkli mūsdienās ir galvenā reklāmas platforma, kur ir iespēja pasniegt savas darbības ideju, iepazīstināt ar saviem pakalpojumiem. Šobrīd arī reklāmu izvietošana sociālajos tīklos ir papildus izmaksas, taču laba iespēja sasniegt lielāku auditoriju. "Gemius Latvia" apkopotie 2017. gada dati liecina, ka Latvijā tīmeklī ir sasniedzami 82% iedzīvotāju un dažādus sociālos tīklus ikdienā lieto 57,1%. Pētījumi apliecina, ka sekošana kādam zīmolam sociālajos tīklos veicina tā preču vai pakalpojumu iegādi. (Swedbank biznesam, 2018)

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma veikšanai tika izmantoti šādas pētījuma metodes: literatūras analīze, sekundāro datu analīze, anketēšana, grafiskā metode, aprakstošā statistikas metode. Tika apkopota informācija par finanšu riskiem, risku vadību un iespējamajiem finanšu riskiem konkrēti skaistumkopšanas nozarē. Tika veikta sekundāro datu analīze, kuru pamatā darba autore izmantoja Centrālās pārvaldes statistikas datus par skaistumkopšanas nozari laika posmā no 2018. gada līdz 2022. gadam. Dati saturēja informāciju par patēriņa cenu pārmaiņām konkrētajā nozarē, kā arī par profesionālo izglītības iestāžu uzņemtajiem skaistumkopšanas nozarē.

Darba autore veica arī anketēšanu, kurā piedalījās 19 respondentu. Anketas respondenti tika izvēlēti, kas pēdējo 5 gadu laikā ir uzsākuši saimniecisko darbību skaistumkopšanas nozarē. Anketa sastāvēja no 4 jautājumiem par saimnieciskās darbības uzsākšanu skaistumkopšanas nozarē, tika izmantoti gan aizvērta tipa jautājumi, gan atvērta tipa jautājumi. Anketēšanas rezultāti tika atspoguļoti grafikos, kuri tika aprakstīti un analizēti. Balstoties uz analītiskā apskata un pētījumu rezultātu daļas, tika identificēti finanšu riski saimnieciskās darbības uzsākšanai skaistumkopšanas nozarē, kā arī izvirzīti priekšlikumi to mazināšanai un novēršanai.

Pētījuma rezultāti

Saimnieciskā darbība ir būtiska valsts ekonomikas sastāvdaļa, kuras darbības rezultātā tiek attīstīta valsts ekonomika. Skaistumkopšanas nozare ir nepieciešama sabiedrības labklājībai, taču tā nav pirmās nepieciešamības prece un pakalpojums, kas ir nepieciešams izdzīvošanai. Tādējādi ārkārtas situācijās, piemēram, pandēmijas vai krīzes laikā, skaistumkopšanas pakalpojumu var aizliegt sniegt uz konkrētu laika periodu, vai arī krīzes gadījumā nebūs pieprasījums no pakalpojumu saņēmēju, patērētāju puses. Piemēram, daudzi cilvēki var izvēlēties samazināt savus tēriņus skaistumkopšanas pakalpojumiem, lai ietaupītu naudu krīzes laikā uz pirmās nepieciešamības precēm.

Ņemot vērā iepriekš minēto, topošie speciālisti, kas potenciāli izvērtē saimnieciskās darbības uzsākšanas iespēju šajā nozarē, var saskatīt pārāk lielu risku saimnieciskās darbības realizēšanai. Īpaši, kad neseno gadu notikumi parādīja to, kā tiek organizēta saimnieciskā darbība šādā situācijā. Darba autore uzskata, ka saskatot pārāk lielu risku konkrētajā nozarē, potenciālie jaunie speciālisti varētu justies nedroši finansiāli, jo ir grūti paredzēt to, cik ilgi varēs darboties pilnvērtīgi un pelnīt iztiku. Tas rada

nestabilitātes un baiļu sajūtu, ka uz šādu darbības virzienu nevar paļauties. Kā par piemēru un šo notikumu sekām var minēt, ka pēdējo gadu laikā, kopš 2018. gada līdz 2022. gadam vairāk, kā par pusi ir sarucis jauno speciālistu uzņemšana profesionālajās izglītības iestādēs tieši skaistumkopšanas nozarē. 2019.gadā pirms COVID-19 pandēmijas, tika uzņemti 771 studējošais, taču 2022. Gadā tie bija vien 388 studējošie (sk. 1.tabulu).

1.tabula. Profesionālo izglītības iestāžu uzņemtie skaistumkopšanas nozarē no 2018. gada līdz 2022. gadam (Avots: Centrālās statistikas pārvalde, 2022)

Gads	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Uzņemti					
815 Skaistumkopšanas pakalpojumi	801	771	612	583	388

Pēc darba autores domām, jaunajiem speciālistiem ir arī svarīgs jautājums par sākuma kapitālu, par to, cik ir nepieciešams, lai uzsāktu savu darbību un vai izdotos pašā sākumā finansiāli attīstīt savu darbību. Patēriņa cenu pārmaiņas skaistumkopšanas nozarē ir manāmi kāpušas. 2019. gadā, attiecībā pret iepriekšējo gadu, patēriņa cenu pārmaiņas ir 4,5%, taču 2022.gadā attiecībā pret 2021.gadu, tie jau ir 10,4% (sk. 2.tabulu).

2.tabula. Patēriņa cenu pārmaiņas skaistumkopšanas nozarē (procentos pret iepriekšējo gadu) laika posmā no 2018. gada līdz 2022. gadam (Avots: Centrālās statistikas pārvalde, 2022)

Gads	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
12.1.1 Frizētavu un skaistumkopšanas salonu pakalpojumi	4,7	4,5	4,0	6,6	10,4

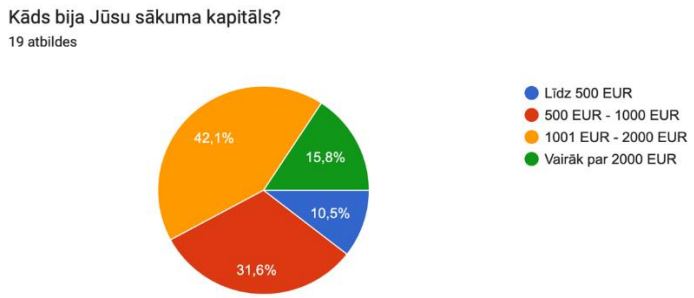
Pēc šiem datiem var spriest arī par to, cik maksātspējīgs varētu būt saimnieciskās darbības veicējs pašā sākuma periodā noteiktu laika posmu.

Pētījuma ietvaros tika veikta arī anketēšana. Tajā piedalījās 19 respondentu. Tika atlasīti un uzrunāti tie respondenti, kas pēdējo 5 gadu laikā ir uzsākuši saimniecisko darbību skaistumkopšanas nozarē. Anketa sastāvēja no 4 jautājumiem par saimnieciskās darbības uzsākšanu skaistumkopšanas nozarē.

Pirmais jautājums respondentiem tika uzdots par saimnieciskās darbības uzsākšanas gadu. Lielākā daļa jeb 31,6% respondentu savu darbību ir uzsākuši pirms COVID-19 pandēmijas 2019.gadā. Vismazāk respondentu – 10,4% savu darbību uzsākuši 2020. gadā un pēc darba autores domām, tas ir tādēļ, ka 2020.gadā, arī Latviju skāra COVID-19 un sāka ieviest pastiprinātus drošības pasākumus, kā arī aizliegums strādāt skaistumkopšanas nozarei. 2022.gadā tika krietni atvieglotī ierobežojumi un strādāt speciālistiem atkal bija ļauts (sk. 1.att.).

1.att. Saimnieciskās darbības uzsākšanas gads (Avots: autora veidotās aptaujas rezultātu apkopojums)

Tālāk respondentiem bija jāatbild, kāds ir bijis sākuma kapitāls uzsākot saimniecisko darbību. Vairākums – 42,1% atbildēja, ka tas ir bijis robežās no 1001 EUR līdz 2000 EUR. Darba autore salīdzinot datus, secināja, ka tie respondenti, kuri savu darbību ir uzsākuši 2019. un 2020. gadā, sākuma kapitāls lielākoties ir bijis diapazonā no 500 EUR līdz 1000 EUR, bet tie, kuri savu darbību ir uzsākuši 2022.-2023. gadā sākuma kapitāls ir bijis sākot no 1000 EUR (sk. 2.att.).



2.att. Sākuma kapitāls uzsākot saimniecisko darbību skaistumkopšanas nozarē (Avots: Autora veidotās aptaujas rezultātu apkopojums)

Viens no jautājumiem respondentiem tika uzdots par finansiālajām grūtībām uzsākot saimniecisko darbību. Šajā atvērtā tipa jautājumā, kur respondenti paši ievietoja atbildes rakstiski, tika minēti dažādi aspekti. Kāds no respondentiem minēja, materiālu dārdzību pēc COVID-19 pandēmijas, jo uzsākot ir maz klientu, kas nozīmē, ka vienas procedūras pašizmaksa tā jau ir augstāka, nekā pieredzējušam meistaram, jo materiāli, kas ir dažādi šķidrumi un vielas, ir regulāri jāmaina, jo termiņš ir īss. Vēl kāds no respondentiem minēja masku, cimdu un dezinfekcijas līdzekļu neesamību un augsto cenu, jo kādu laika posmu 2020. un 2021. gadā šīs bija deficītpreces un tādēļ bija jāatceļ klientu pieraksti, kas arī radīja zaudējumus un nenesa papildu ienākumus tālākai darbības attīstībai. Tie, kuri sāka darboties neilgi pirms COVID-19 ierobežojumiem, bija iegādājušies materiālus, kurus nācās likvidēt, jo dīkstāves periodā bija beidzies termiņš – papildus zaudējumi. Kopš 2022. gada ir sarucis arī klientu skaits, jo pakalpojumu cenas ir pieaugušas un klienti cenšas ietaupīt, kur vien var, tādēļ izvēlas neveikt konkrētas procedūras.

Pēdējais no jautājumiem respondentiem tika uzdots par to, kā viņuprāt, paši respondenti varēja izvairīties no šiem finanšu riskiem un pasargāt savu saimniecisko darbību jau laicīgi, pat pirms uzsākšanas. Kāds no respondentiem minēja arī, ka būtu labi aktīvāk strādāt pie klientu piesaistes arī pat pirms saimnieciskās darbības uzsākšanas – mācoties. Tika vairākkārt minētas tādas atbildes kā naudas iekrāšana arī neparedzētiem gadījumiem, dažādu instrumentu, izejmateriālu iegādāšanās rezervei un kopumā sākuma kapitālam atvēlēt lielāku naudas summu dažādu drošības pasākumu realizēšanai.

Secinājumi

Darba autore, balstoties uz pētījuma rezultātiem, var secināt, ka uzsākot saimniecisko darbību skaistumkopšanas nozarē, pastāv vairāki finanšu riski, kuri COVID-19 rezultātā ir saasinājušies. Ir pieaugušas izejmateriālu cenas, kas paaugstina procedūru pašizmaksas. Kopējās patēriņa cenas ir augušas pēdējo 5 gadu laikā, kas jaunajiem speciālistiem apgrūtina veiksmīgu saimnieciskās darbības uzsākšanu un tās strauju attīstību. Aizvien mazāk potenciālo jauno speciālistu izlemj uzsākt saimniecisko darbību un mācīties skaistumkopšanas nozares profesijas, jo ir liels risks un nestabilitātes sajūta, jo saimnieciskās darbības ilgtspēju var ietekmēt ļoti daudz un dažādi sociālie, politiskie un

globālie faktori. Protams, ka skaistumkopšanas pakalpojumi nav pirmās nepieciešamības prece un pakalpojumus, taču nozarei ir arī savi plusi, kas pozitīvi ietekmē gan indivīdu, gan valsts ekonomiku.

Balstoties uz secinājumiem un pētījuma rezultātiem, darba autore izvirzīja šādus priekšlikumus – sākuma kapitālam atvēlēt lielāku summu, nekā ir sākotnēji plānots, tieši papildus vai negaidītiem tēriņiem. Kā arī iegādāties dažādas rezerves izejmateriālus, ja nu kādu iemeslu dēļ piegādātājiem nav iespējams nodrošināt to esamību. Vēl viens punkts, ko var minēt ir pakalpojumu cenu paaugstināšana jau pašā darbības sākumā, lai proporcionāli tiktu nosegta pašizmaksa un alga, it īpaši tagad, kad augstas cenas sabiedrību neizbrīna un ir saprotams, kādēļ pakalpojumu cenas ir tik augstas šāda veida pakalpojumiem. Apdrošināšana var palīdzēt novērst un mazināt finanšu riskus, piemēram, nodrošinot uzņēmumu pret zaudējumiem, kas var rasties, ja saimnieciskā darbība cieš no neparedzētu apstākļu ietekmes vai zaudē klientus. Ar laiku saimnieciskās darbības veicējs var samazināt finanšu riskus, ieviešot dažādību savā darbībā. Piemēram, speciālists var piedāvāt dažādus skaistumkopšanas pakalpojumus, kas nodrošinātu stabilu ieņēmumu straumi, pat ja kāds no pakalpojumiem kļūtu mazāk pieprasīts.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Centrālās statistikas pārvalde (2022). *Patēriņa cenu pārmaiņas grupās un apakšgrupās*. Elektroniskais resurss [skatīts 31.03.2023]. Pieejams: https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__VEK__PC__PCI/PCI020/table/tableViewLayout1/

Centrālās statistikas pārvalde (2022). *Profesionālo izglītības iestāžu izglītojamie, uzņemtie un absolventi pēc dzimuma un izglītības programmu grupām.* Elektroniskais resurss [skatīts 31.03.2023]. Pieejams: https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__IZG__IGR__IPA/IPA040/table/tableViewLayout1/

Financelatvia.eu (2021). *Mūsdienu biznesa vide, riski un uzņēmēju lēmumi.* Elektronisks resurss [skatīts 30.03.2023]. Pieejams: https://www.financelatvia.eu/wp-content/uploads/2021/05/Musdienu-biznesa-vide-riski-un-uznemumu-lemumi-25052021.pptx

Jedynak, P., & Bak, S., (2021) *Risk Management in Crisis*. Elektronisks resurss [skatīts 27.03.2023]. Pieejams: https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/50456

Swedbank Biznesam (2018). *Sociālo tīklu mārketings: iespēja jaunajiem uzņēmējiem*. Elektroniskais resurss [skatīts 27.03.2023]. Pieejams: https://biznesam.swedbank.lv/ievads/pardosana/socialo-tiklu-marketings-iespeja-jaunajiem-uznemejiem-52805

Vestnesis.lv (1997). *Par mazajiem un vidējiem uzņēmumiem, zinātnes komercializāciju, tehnoloģiskajiem centriem, parkiem un citām struktūrām biznesa attīstības veicināšanai.* Elektronisks resurss [skatīts 30.03.2023]. Pieejams: https://www.vestnesis.lv/ta/id/43685

Oļegs Hindogins. ALKOMETRS KĀ OBLIGĀTĀ PRASĪBA, VADOT AUTOMAŠĪNU

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Izpētot pēdējo 20 gadu statistiku, pēc Ceļu Satiksmes Drošības Direkcijas (turpmāk CSDD) datiem uz 2022. gadu ceļu satiksmes negadījumi alkohola reibumā sastāda 5,9% no kopējiem ceļu satiksmes negadījumiem, savukārt uz 2001. gadu - 14,7%. Ir skaidrs, ka alkohola reibumā ceļu satiksmes negadījumi ir mazinājušies, tomēr autors uzskata, ka 5,9% arī ir liels rādītājs, jo tās ir cilvēku dzīvības. Katra cilvēka dzīvība ir svarīga, tāpēc pēc autora domām, ir jāpilnveido automašīnas obligātais komplekts, kas uz doto brīdi sastāv vien no medicīniskās aptieciņas. Autors uzskata, ka komplektā jābūt alkometram, kurš obligāti jālieto pirms braukšanas uzsākšanas. Izpētot reģistrēto automašīnu skaitu Latvijā, kas uz 2022. gadu sastāda 1 015 480 automašīnas vienību, alkometram būtu jābūt kā obligātajai prasībai, kuru var saņemt pie ikgadējās tehniskās apskates.

Atslēgas vārdi: alkometrs; automašīnas obligātais komplekts; CSDD.

Ievads

Kazahstānas izcelsmes profesors, biznesa treneris, miljonārs Saidmurods Davlatovs reiz teica: „Biznesam jābūt tādam, lai labumu gūtu apkārtējie cilvēki, biznesa idejai jābūt unikālai, un tikai tad bizness būs ilgspējīgs." Ne tik sen visa pasaule klausījās mūzikas plates, tad plates nomainīja kasetes, kasešu vietā parādījās mūzikas diski, disku vietā mp3 audioieraksti, visbeidzot esam apstājušies uz youtube un līdzīgiem kanāliem. Tas nenozīmē, ka youtube kanāls būs galapunkts mūzikas ierakstu atskaņošanas attīstībā. Autors ir pārliecināts, ka nāks jaunas tehnoloģijas, jaunas idejas mūzikas biznesa attīstībā.

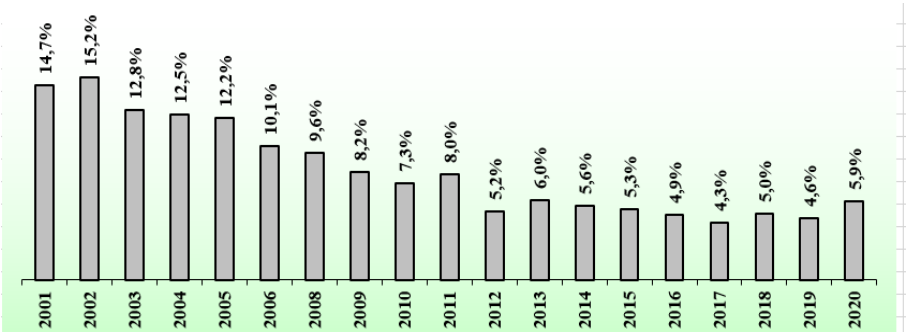
Autora biznesa idejas doma ir līdzīga, bet, uzsvaru liekot, uz automašīnu vadītāju drošību uz ceļiem. Pēc pirmo automašīnu parādīšanās uz ceļiem, vadītāja drošības nebija. Vienīgais, ko var uzskatīt par drošību, tad tas bija automašīnas ātrums. Tās nemaz ātri nebrauca. Laikam ejot, sāka parādīties drošību komplektācija, kā piemēram, drošības siksnas, tad nāca klāt ugunsdzēšamais aparāts, medicīniskā aptieciņa. Autors, izpētot dzērājšoferu statistiku Latvijā, kas uz 2022. gadu sastāda 5,9 % negadījumu skaitu, ko izraisījuši dzērājšoferi secina, ka tas būtībā ir neliels cipars, bet tomēr aiz šī cipara ir cilvēku dzīvības. Tāpēc, pēc autora domām, lai mazinātu dzērajšoferu skaitu un izraisītos negadījumus, ir nepieciešami alkometri, kas tiek uzstādīti līdz automašīnas tehniskās apskates veikšanas. Alkometrs ir uzstādīts līdz ar starta sistēmas un automašīnas vadības bloku. Pirms uzsākt braukšanu, autovadītājs iepūš alkometrā; ja alkometrs promiles neparāda, tad šoferis varēs iedarbināt mašīnu, bet ja parāda – šoferis automašīnu neiedarbinās. Tāda prakse ir izplatīta tālbraucējiem. Tāpēc autors vēlas šadu praksi organizēt arī pārējām automašīnām. Autors biznesa idejas izklāstam izmantoja CSDD publicētos dokumentus, kā arī tās grafiskos rādītājus.

Pētījuma mērķis bija izpētīt alkometra vajadzību kā obligātu prasību autovadītājiem. Pētījuma uzdevums bija šāds: izmantojot dokumentu analīzes metodi un grafisko metodi, saprast alkometru svarīgumu

automašīnās. Pētījuma metodes ietvēra dokumentu analīzes metodi un grafisko analīzi. Pētījuma rezultāti bija šādi: ieviešot alkometru kā obligāto prasību, samazināsies dzērājšoferu skaits, kā rezultātā tiks pasargātas cilvēku dzīvības.

Analītiskais apskats

Autors, izskatot CSDD datus pēc alkohola reibumā izraisītiem ceļu satiksmes negadījumiem, uzskata, ka procentuāli negadījumu skaits ir samazinājies, tomēr uzsverot, ka tas ir liels cipars, jo aiz tā ir cilvēku dzīvības. CSDD analizē negadījumu skaitus, tos uzrādot procentos no 2001. gada līdz 2020. gadam. Ir redzams, ka negadījumu skaits procentuāli krītas. 2002. gadu bija rekordliels skaits, kas ir 15,2%, un jau 2016. gadā ir sasniegts viszemākais rādītājs – 4,9% (sk. 1. att.). Ir saprotams, ka vadītāji kļuvuši gudrāki – nesēžas pie stūres reibumā, bet diemžēl tas ir par maz, lai sakārtotu radušos problēmu.



1.att. Vadītāju alkohola reibumā izraisīto ceļu satiksmes negadījumu skaits no kopējā negadījumu skaita (Avots: CSDD, 2020)

Ja salīdzina jau iepriekš minētos gadus, kas ir 2002. gads un 2016. gads, tad var redzēt, ka 2002. gadā 15,2% ir ceļu satiksmes negadījumi ar cietušajiem, kuri lietojuši alkoholu, tas ir 775 personas, bojā gājušas 160 personas alkohola reibumā un ievainotas 1088 personas, kuras lietojušas alkoholu (sk. 1. tabulu). 2016. gadā attiecīgi 4,9% sastāda 187 personas, bojā gājušas 17 personas un ievainotas ir 259 personas.

1. tabula. Reģistrēto ceļu satiksmes negadījumu ar cietušajiem skaits (fragments) (Avots: CSDD, 2020)

	Ceļu satiksmes negadījumi ar cietušajiem			Bojā gājuši (30 dienas)			Ievainoti		
Gads	**Kopā**	**Alkohols***	**(%)**	**Kopā**	**Alkohols***	**(%)**	**Kopā**	**Alkohols***	**(%)**
2002	5083	775	15,2	559	160	28,6	6259	1088	17,4
2016	3792	187	4,9	158	17	10,8	4648	259	5,6

Autors vēlas pieminēt sabiedrības uzskatu par dzērājšoferiem. CSDD veica aptauju par dzērājšoferu apturēšanu, kurā 66% iedzīvotāju atzinuši, ka mēģinātu apturēt cilvēkus no braukšanas. Aptaujas rezultāti rāda gan pozitīvas, gan satraucošas tendences. Salīdzinot ar 2010. gadu, par 31% ir palielinājies to cilvēku skaits, kuri ir saskārušies ar situāciju, kad šoferis vēlas sēsties pie stūres reibumā un par 12% ir pieaudzis to skaits, kuri ir sēdušies mašīnā pie dzēruša šofera. Vienlaikus pozitīvi, ka par 14% ir palielinājies to iedzīvotāju skaits, kuri ir atteikušies kāpt iereibuša vadītāja auto (CSDD, 2019). Pēc autora domām iedzīvotājiem principā ir tikai viens veids kā apturēt cilvēku reibumā, tas ir, esot blakus cilvēkam reibumā, jo diemžēl attālināti to nevar apturēt.

Autors savai biznesa idejai saskata arī tādu iespēju kā alkometra apmānīšana. Kā piemērs, pirms braukšanas alkometrā iepūst blakussēdošajam. Ir arī citi veidi, teiksim, hiperventilācija. Bieži vien cilvēki pirms pūšanas trubiņā cenšas vairākas sekundes paātrināti elpot, jo domā, ka tādējādi izelpos visu alkoholu ārā, un alkometrā sapūtīs tīru ogļskābo gāzi. Ir vēl viltus elpa - tā vietā, lai pūstu gaisu uz āru, jāvelk tā uz iekšu, bet jācenšas to darīt tā, lai tas izskatās un izklausās it kā tiek veikts izelpošans process. Šī tehnika ir ļoti sarežģīta, bet perfekti izpildīta, tā garantēs 0 promiles (Boneless, 2023). Bet par laimi tie ir tikai mīti. Kaut gan autors domā, ka sabiedrība izdomās veidu kā apmānīt alkometru. Mūsu sabiedrības mentalitātei tas ir raksturīgi – atrast veidu kā apiet dažādas situācijas.

Pētījuma rezultāti

Alkometrs ir ierīce alkohola satura noteikšanai asinīs vai vīrusu vai slimību noteikšanai no izelpas parauga. Nosaukums ir vispārīga preču zīme Breathalyzer zīmola instrumentiem, ko 1950. gados izstrādāja izgudrotājs Roberts Frenks Borkenšteins (Breathalyzer, 2023). No šobrīd pieejamajām tehnoloģijām labākos panākumus izmēģinājumos guvušas divas. Viena ir The Driver Alcohol Detection System for Safety (DADSS) programmas ietvaros izstrādātā sistēma, kas mēra gaisa sastāvu stūres rajonā, kur parasti nonāk vadītāja izelpa. Sistēma ievelk vadītāja izelpoto elpu sensorā, kas mēra esošā alkohola un oglekļa dioksīda koncentrāciju. Zināmais oglekļa dioksīda daudzums cilvēka izelpā kalpo kā indikators alkohola koncentrācijas atšķaidījuma pakāpei izelpotā gaisā (Vēvers, 2022).

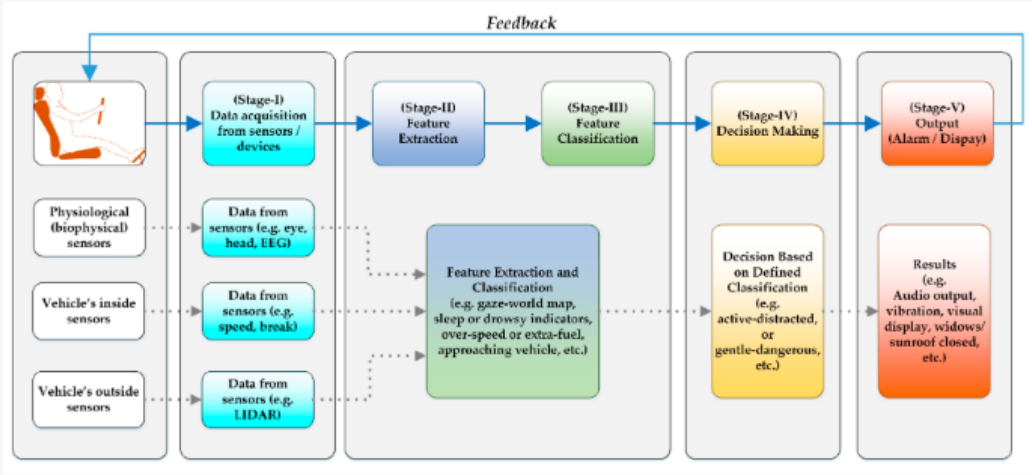
Alkohola un marķieru, piemēram, oglekļa dioksīda, molekulas absorbē infrasarkano gaismu noteiktos viļņu garumos. Senseair ierīce virza infrasarkanās gaismas starus uz izelpas paraugu un analizē atgrieztos viļņu garumus, lai ātri un precīzi aprēķinātu alkohola koncentrāciju. Senseair turpina virzīties uz prototipu, ko var integrēt transportlīdzeklī, izmantojot spoguļus, lai samazinātu ierīces nepieciešamo optisko garumu. Ierīce ir ļoti jutīga un spēj analizēt atšķaidītos izelpas paraugus atšķaidījumos, kas sagaidāmi no vadītāja dabiskās elpas strūklas. Senseair ir uz inovācijām balstīts sensoru uzņēmums un vadošais infrasarkanā oglekļa dioksīda sensoru un kontrolieru ražotājs. Tā atrodas Zviedrijā, un tai ir vairāk nekā 20 gadu pieredze infrasarkano gāzu mērīšanas tehnoloģiju jomā (DADSS, n.d.). Pēc sensora diapazona var secināt, ka pasažieru izelpa netraucēs sensoru precīzai darbībai, ja vien pasažieris nebūs sensora diapazonā (sk. 2. att.).

2. att. Vizualizēta sensoru darbība (Avots: DADSS, n.d.)

Otrs risinājums ir Vadīšanas monitorēšanas un palīdzības sistēma jeb Driving monitoring and assistance systems (DMAS), kas nemitīgi vēro automašīnas pārvietošanos uz ceļa. Tā vērtē stūrēšanu, bremzēšanu, braukšanas trajektoriju, un, ja sistēmai rodas aizdomas, ka vadītājs nav pietiekami modrs, jo mašīna bieži pietuvojas joslas sadalošajām līnijām vai arī šofera rokas pārāk bieži atlaižas no stūres, tā iedarbina braukšanas asistentus, kas daļēji pārņem stūrēšanu un iedarbina automātisko bremzēšanas sistēmu.

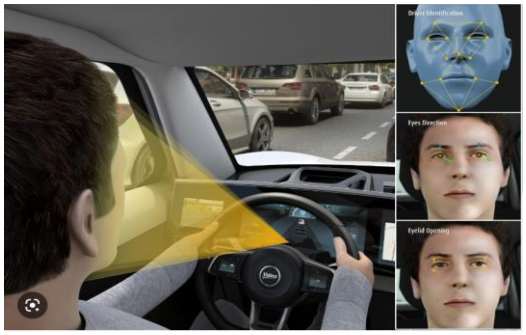
Vienlaikus DMAS aicina vadītāju apstāties un atpūsties. Par to jau tagad var pārliecināties jaunākās paaudzes automašīnu īpašnieki. Radikālā versijā šī sistēma vienkārši nobrauks ceļa malā, apturēs spēkratu un neļaus turpināt braucienu (Vēvers, 2022).

Vadītāja vērībai ir galvenā loma drošā braukšanā. Tipiskais DMAS izkārtojums paredz uzlabot vadītāja uzmanību (sk. 3. att.). Tā nepārtraukti uzrauga parametrus, kas saistīti ar vadītāju, transportlīdzekli un apkārtni, iegūstot datus no vairākiem sensoriem, kas saistīti ar šiem indikatoriem: vadītāja korpuss; uzstādīts transportlīdzekļa iekšpusē; ārējā puse. Iegūtie dati tiek apstrādāti, lai izprastu nepieciešamās funkcijas, pamatojoties uz kurām, tiek pieņemts lēmums, kurš atteicīgi nodots vadītājam. Šajā sadaļā ir sniegts to pētījumu un sistēmu apskats, kas ir saistīts ar vadītāja bioloģisko un fizioloģisko informāciju. Šī informācija tiek iegūta no cilvēka ķermeņa, izmantojot uzmācīgus un neuzbāzīgus elektrodus, un tā sniedz izšķirošas norādes par vadītāja vērību (Department of Electrical and Computer, 2019).



3.att. Tipiskais Driving monitoring and assistance systems (DMAS) izkārtojums (Avots: Department of Electrical and Computer, 2019)

Runājot par vadītāja noguruma pazīmēm, sensors skenē cilvēka sejas vaibstus, pēc kā nosaka vadītāja noguruma pakāpi. Līdz ar to sensors nosaka, vai atļauts turpināt ceļu, vai tomēr apstāties un atpūsties.



4. att. Vadītāja noguruma pazīmes (Avots: Mann, 2020)

Secinājumi

Autors secina, ka Latvijā trūkst alkometru informācijas, kā, piemēram, sava veida aptauja par sabiedrības attieksmi pret alkometriem; proti, attīstot biznesa ideju, jāveic iedzīvotāju aptauja. Turklāt, attīstot biznesa ideju, kā obligāta vajadzība ir likumprojekts veidošana, kas jāapstiprinās Saeimā. Autors secina, ka abas analizētās alkometra sistēmas nav iespējams ierīkot veco automašīnu modeļos, jo sistēmas izstrādātas pēc jaunākām tehnoloģijām. Tiek secināts, ka analizēto alkometru izmaksas ir augstas, tāpēc jādomā vienkāršāki risinājumi, kā, piemēram, sazinoties ar alkometru kompāniju, izstrādāt vienkāršākus alkometrus.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Boneless (2023). *Vai var apmānīt alkometru?* Elektroniskais resurss [skatīts 25.04.2023]. Pieejams: https://spoki.lv/cinas/Vai-var-apmanit-alkometru/148455

Ceļu Satiksmes Drošības Direkcija (2020). *Vadītāju alkohola reibumā izraisītie negadījumi.* Elektroniskais resurss [skatīts 16.04.2023]. Pieejams: https://www.csdd.lv/celu-satiksmes-negadijumi/celu-satiksmes-negadijumu-skaits

Ceļu Satiksmes Drošības Direkcija (2019). *CSDD aptauja: 66% iedzīvotāju apturētu šoferus no braukšanas reibumā.* Elektroniskais resurss [skatīts 15.04.2023]. Pieejams: https://www.csdd.lv/jaunumi/csdd-aptauja-66-iedzivotaju-apturetu-soferus-no-brauksanas-reibuma

Davlatov, S (2021). *Jesli vasha mechta stat milioneram*. Elektroniskais resurss [skatīts 27.04.2023. 4:00:00]. Pieejams: https://www.youtube.com/watch?v=U-j0cvyMswM&t=849s

Department of Electrical and Computer Engineering (2019). *A Comprehensive Survey of Driving Monitoring and Assistance Systems.* Elektroniskais resurss [skatīts 20.04.2023]. Pieejams: https://www.mdpi.com/1424-8220/19/11/2574

Driver Alcohol Detection System for Safety (DADSS) (n.d.). *Breath Technology.* Elektroniskais resurss [skatīts 17.04.2023]. Pieejams: https://dadss.org/breath-technology/

Driver Alcohol Detection System for Safety (DADSS) (2023). *DADSS.* Elektroniskais resurss [skatīts 25.04.2023]. Pieejams: https://dadss.org/

Maan, N. (2020). *Driver and Occupant Monitoring System.* Elektroniskais resurss [skatīts 25.04.2023]. Pieejams: https://www.linkedin.com/pulse/driver-occupant-monitoring-system-nakul-maan

Vēvers, J. (2022). *Nākotne ir pienākusi! Cīņā pret dzērājšoferiem dodas arī viedās tehnoloģijas.* Elektroniskais resurss [skatīts 25.04.2023]. Pieejams: https://www.tvnet.lv/7537664/nakotne-ir-pienakusi-cina-pret-dzerajsoferiem-dodas-ari-viedas-tehnologijas

Ieva Taraškeviča. VĒSELĪGO ĒDIENU PIEGĀDES PAKALPOJUMA ATTISTĪBAS IESPĒJAS DAUGAVPILS PILSĒTĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: ieva_taraskevica@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Maltīšu pasūtīšana no kafejnīcām ar piegādi kļūst arvien populārāka, it īpaši tā tiek novērtēta šobrīd, kad daudziem cilvēkiem nepietiek laika gatavot sev veselīgo ēdienu. 21.gadsimts ir trauksmainības un steigas pārpildīts laikmets, kurā ietekmē, starp ikdienas pienākumiem, aizmirstam piedomāt par to kā un ar ko mēs barojam savu organismu. Pat tiem cilvēkiem, kuriem pareiza maltīte ir svarīga dzīves sastāvdaļa, ne vienmēr ir iespēja atrast laiku produktu sagādei un pagatavošanai, nemaz nerunājot par virtuves tīrīšanu un trauku mazgāšanu pēc gatavošanas procesa. Ēdiens ir tava degviela, tavs galvenais enerģijas un veselības avots, it īpaši, ja cilvēkam ir smags fizisks vai emocionāls darbs, kur viņš tērē daudz enerģijas. Ēdienu piegādes pakalpojums ir abpusējs ieguvums gan ēdināšanas uzņēmumam, gan tā klientiem - uzņēmumi iegūst klientus, savukārt, klienti iegūst gardu un veselīgu maltīti un ietaupa savu laiku (Li et al., 2020).

Pētījuma mērķis: Izanalizēt veselīgo ēdienu piegādes pakalpojuma attīstības iespējas Daugavpils pilsētā.

Pētījuma metodes: Sekundārā datu analīze - esošo pētījumu un statistikas datu analīze. Aptauja ar mērķi noskaidrot potenciālo klientu viedokli par veselīgo ēdienu piegādes pakalpojuma izmantošanu ikdienā.

Sasniegtie rezultāti: Iegūti dati par veselīga ēdiena piegādes pakalpojumiem Daugavpils pilsētā, novērtēti konkurenti, kuri nodarbojas ar līdzīgo jomu.

Atslēgas vārdi: veselīgs ēdiens; piegāde; pakalpojums; Daugavpils.

Ievads

Maltīšu pasūtīšana no kafejnīcām ar piegādi kļūst arvien populārāka, it īpaši tā tiek novērtēta šobrīd, kad daudziem cilvēkiem nepietiek laika gatavot sev veselīgo ēdienu. Covid-19 pandemijas laikā daži restorāni, kafejnīcas un picerijas atklāja sev jaunu virzīšanas iespēju – maltīšu pasutīšanu uz mājām. Daudzus no mums, kas ikdienā pasteidzās ieturēt maltīti birojam tuvākajā kafejnīcā, pandēmija ir darījusi ēšanas ziņā izvēlīgākus. Attālinātā darba apstākļos, attīstoties ēdināšanas mājas piegādēm, pilsētas populārākie sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumi virtuāli pārvietojās daudz tuvāk ikviena darbarūķa namdurvīm. "Wolt Latvija" mārketinga vadītāja Zane Lapiņa stāsta, ka Latvijā vispopulārākie pasūtāmie ēdieni ir suši, picas, dažādi burgeri un kebabi (LA.LV ziņas, 2021.)

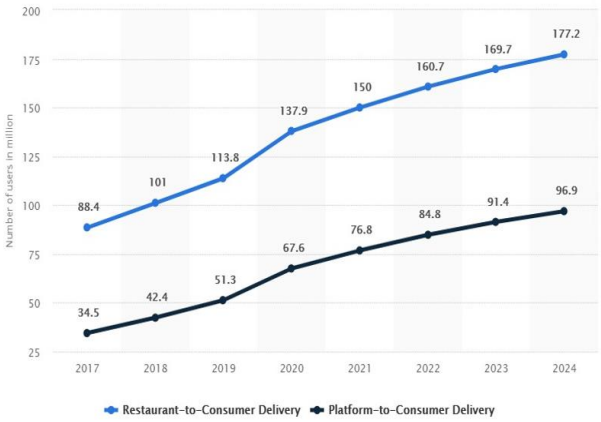
Latvijas iedzīvotāji nemaz nedomā par veselīgo ēdienu pasutīšanu, jo vispopulārākie pasūtāmie ēdieni attiecas pie neveselīga uztūra. Tie dati vairāk atteicas uz Covid-19 laika periodu, kad cilvēki bija spiesti sedēt mājās, sporta zāles bija slēgtas, darbs bija pārcelts uz mājas režīmu, tieši tāpēc pieauga pieprāsījums pēc neveselīga ēdiena, lai kaut gan mazliet iepriecināt sevi un radīniekus ar garšīgu bet neveselīgo ēdienu. Statistikas dati liecina, ka ēdienu piegādes bizness ir perspektīvs un pēdējo gadu laikā novērojama augšupejoša tendence visā Eiropā. Pieaug gan pieprasījums, gan piedāvājums, tomēr Latvijā

ēdienu piegādes niša ir salīdzinoši brīva, un pārsvarā bāzēta Latvijas lielākajās pilsētās, kas paver lielas attīstības iespējas biznesa uzsākšanai tieši Latvijas mazpilsētās. (Eurostat, 2021)

Pētījuma mērķis ir izanalizēt veselīgo ēdienu piegādes pakalpojuma attīstības iespējas Daugavpils pilsētā. Lai sasniegtu pētījuma mēķi, tika izvirzīti šādi uzdevumi: izanalizēt esošu pētījumu rezultātus un veikt statistikas datu analīzi; veikt potenciālo ēdienu piegādes pakalpojuma klientu aptauju, ar mērķi noskaidrot respondentu viedokli par veselīga ēdienu piegādes pakalpojuma izmantošanu ikdienā; izanalizēt konkurentus Daugavpils pilsēta, kas nodarbojas ar veselīga ēdiena piegādi. Lai iegūtu pētījuma izstrādāšanai nepieciešamo teorētisko bāzi, tika veikta literatūras avotu analīze. Lai sasniegtu pētījuma mērķi un gūtu priekšstatu par ēdienu piegādes pakalpojuma būtību un popularitāti, tika veikta sekundāro datu analīze. Ārvalstu pētījumu dati, galvenokārt, norāda uz pieaugošo interesi par ēdienu piegādes pakalpojumu. Pēc Covid-19 pandemijas ir krietni jūtams ēdienu piegādes pakalpojumu pieprasījums. Pieaugot interesei par šo pakalpojumu, pieaug arī pakalpojumu sniedzēju skaits. Lai gūtu priekšsatu par veselīgu ēdienu piegādes pakalpojuma attīstības iespējām Daugavpilī, tika veikta potenciālo ēdienu piegādes pakalpojuma klientu anketēšana,lai noskaidrotu iedzīvotāju viedokli par veselīgo ēdienu piegādes pakalpojuma izmantošanas paradumiem ikdienā.

Analitīskais apskats

Pieprasījums pēc ēdienu piegādes pakalpojumiem paver jaunas darba iespējas dažādās jomās- piegādātājiem, pavāriem, piegāžu platformu un aplikāciju programmētājiem, analītiķiem, menedžeriem un citiem. Kamēr Latvijā šī biznesa nozare ir vēl pašā sākuma fāzē, pasaulē ēdienu piegāžu uzņēmumos tiek nodarbināts ievērojams skaits cilvēku. Piemēram, Ķīnā, kā ēdienu piegādātāji strādā aptuveni 1,17 miljoni iedzīvotāju, savukārt, Indijas piegādes uzņēmums Swiggy nodarbina 17 tūkstošus ēdienu piegādātāju. ASV populāras ēdienu piegādes pakalpojuma sniedzējs "Uber Eats" - vairāk nekā 10 000 darbinieku (Li et al., 2020). Interesi par ēdienu piegādes pakalpojumu veicina pārmaiņas dzīves ritmā. Jau vairākus gadus strauju popularitāti gūst dažādi ēdienu piegādes pakalpojumu sniedzēji. Arī Latvijā pēdējā laikā ēdienu piegādes servisi kļūst arvien pieprasītāki. Vispopulārākie restorāni, no kuriem "Bolt" veic piegādes, ir Latvijā labi zināmas vietas: parasti tās, kurām pilsētā ir vairāk pārstāvniecību, piemēram, "GanBei", "Lido", "Has Kebab", "Picu darbnīca", "McDonalds". Savukārt "Wolt Latvija" mārketinga vadītāja Zane Lapiņa, stāstot par līdzīgo un atšķirīgo ēdienu piegādēs Baltijā, norāda, ka gan Latvijā, gan arī Igaunijā un Lietuvā ļoti populāra ir Itālijas virtuve un suši.



1.att. Ēdienu piegādes pakalpojuma attīstība Eiropā 2017.-2024.g. (Avots: Statista, 2020)

Latvijā šobrīd nav tik daudz ēdiena piegādes pakalpojuma sniedzējus kā parējā Eiropā. Vispopulārākie ēdienu piegādes sniedzēji Latvijā ir "Wolt food"un "Bolt food",ka arī daudziem restorāniem un kafejnicām ir pieejama viņu piegāde. "Wolt food"un "Bolt food" aplikācijās var atrast plāšāko ēdienu piedāvājumu lielākājās Latvijas pilsētās. Protams, vispopulārākas pozicijas ir suši, burģeri un kebabi, kas nav veselīgs ēdiens, bet, abas aplikācijās arī var atrast veselīgo ēdienu, ko var pasutīt tieši uz mājām.

Izanalizējot restorānus un kafejnīcas, kas attīsta tieši veselīgo ēdienu piegādi cilvēkiem, kuriem nav laika sev gatavot, bet kuri vēro to, ko viņi ēd, Latvijas galvaspilsētā ir daži uzņēmumi, kuri attīsta veselīgo ēdienu peigādi. Tie ir uzņēmumi: i-food, food-factory, healthy-box, easy-fit. Tieši šie uzņēmumi piedāva tādu pakalpojumu, ka veselīgo ēdienu piegāde uz visu nedēļu, kur klients izvēlas, kādu uzturu viņam vajag – vai svara zaudēšanai, vai palielināšanai, vai stabilizēšanai. Izmantojot šo pakalpojumu, klients izvēlas, uz cik dienām viņam piegādāt veselīgo uzturu.

Runājot par Daugavpils pilsētu, izanalizējot internet portālus, netika atrasts neviens uzņēmums, kur nodarbojās ar veselīgo ēdienu piegādi. Protams, Daugavpilī arī strādā "Wolt food" un "Bolt food" aplikācijas, kur cilvēki var atrast nevis burģerus un ķebabus, bet arī veselīgo maltīti, bet tas ir tikai viena maltīte. Ja cilvēks vēlas sūtīt sev veselīgo ēdienu no tām aplikācijām, tad viņam to vajadzes darīt pašam, katru dienu, jo Daugavpils pilsētā nav kafejnīcas vai restorānu, kuri speciālizējas tieši uz veselīgajām maltītēm uz visu nedēļu.

Pētījuma metodoloģija

Datu iegūšanai tika izmantotas divas metodes - sekundāro datu analīze un anketēšana. Sekundārajai datu analīzei tika izmantoti dati no Eurostat un Statista datu bāzēm. Lai gūtu priekšstatu par veselīgo ēdienu piegādes pakalpojuma attīstības iespējām Daugavpilī, tika veikta aptauja, izmantojot virtuālo aptauju platformu "Google veidlapas".

Lai noskaidrotu veselīgo ēdienu piegādes pakalpojuma perspektīvu Daugavpilī, tika izveidota aptauja potenciālajiem pakalpojuma izmantotājiem. Anketa, kuru aizpildīja potenciālie veselīga ēdiena piegādes pakalpojuma klienti, sastāvēja no dažiem jautājumiem, balstoties uz kuriem var secināt par veselīga ēdiena pakalpojumu nepieciešamību Daugavpils pilsētā. Anketa sastāvēja no dažādiem jautājumiem, uz kuriem varētu būt iespējama tikai viena atbilde. Respondenti sniedza atbildes uz tādiem jautājumiem, kā vai viņi ir izmantojuši ēdienu piegādes pakalpojumu Daugavpilī("Wolt food", vai "Bolt food", vai sūtīja maltīti uzreiz no restorāniem), vai uzskata, ka tieši veselīga ēdiena piegādes pakalpojums Daugavpilī un tā tuvākajā apkārtnē ir nepieciešams. Pētījuma periods bija no 2023. gada 6. marta līdz 2023. gada 13. martam. Aptaujā piedalījās 50 respondenti. Aptaujas respondenti bija vecumā no 18 līdz 60 gadiem. 50% jeb 25 respondenti bija sievietes un 50% jeb 25 bija vīrieši. Visvairāk respondentu bija 23 gadus veci (10 respondenti), bet vecumā no 55 līdz 60 gadiem bija divi respondenti. Respondentu izglītības līmenis bija sākot no pamata izglītības un beidzot ar augstāko izglītību. 20% aptaujāto bija ar augstāko izglītību, 36% bija ar profesionālo izglītību, bet vidējā izglītība bija 44% no visiem aptaujātajiem. Respondenti pārstāvēja dažādas nodarbošanās sfēras, bet lielākā daļa jeb 18% no visiem respondentiem pārstāvēja pakalpojumu un pārdošanas nozari.

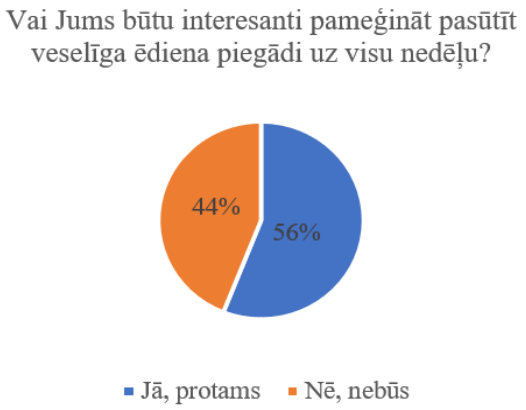
Pētījuma rezultāti

Pirmajā jautājumā respondentiem tika uzdots jautājums par to, vai respondenti ir izmantojuši ēdiena piegādes pakalpojumus, uz ko 84%(jeb 42 respondenti) atbildēja ar atbildi "Jā". Pētījuma autore secina, ka lielākā daļa respondentu ir informēti, kas ir ēdiena piegādes pakalpojumi un aplikācijas, kuras var izmantot Daugavpilī, kā arī saprot tās aktualitāti mūsdienās.

Otrajā jautājumā respondentiem tika jautāts, cik bieži tie izmanto sabiedriskās ēdināšanas pakalpojumus Daugavpilī, uz ko 72%(jeb 36 respondenti) atbildēja, ka izmanto šos pakalpojumus ne vairāk kā vienu reizi nedēļā, bet 28%(jeb 14 respondenti) atbildēja, ka izmanto šos pakalpojumus pāris reizes nedēļā. Pētījuma autore secina, ka sabiedriskās ēdiena pieprasījums ir pietiekami liels un cilvēki diezgan bieži ēd kafejnīcās.

Trešajā jautājumā respondentiem tika vaicāts, vai tie vēro, ko viņi ēd, vai pievērš uzmanību veselīgam ēdienam, uz ko 46%(jeb 23 respondenti) atbildēja, ka viņi ievēro veselīgo dzīvesveidu un sabalansēto ēdienu un 54% (jeb 27 respondenti) atbildēja, ka neko neievēro. Pētījuma autore secina, ka Daugavpilī ir vērts atvērt vietu, kur cilvēki varētu pasūtīt veselīgo un sabalansēto ēdienu uz visu nedēļu vai vairāk, jo pieprāsījums pēc šī pakalpojuma pilsētā ir.

Ceturtājā jautājumā respondentiem tika vaicāts, vai viņiem būtu interesanti pamēģināt pasūtīt veselīgas maltītes uz nedēļu vai vairāk, kur viņi paši norādis, vai viņiem ir nepieciešams ēdiens svara mazināšanai, palielināšanai vai balansēšanai. 56% (jeb 28 respondenti) atbildēja, ka viņiem būtu interesanti pamēģināt tādu jaunu pakalpojumu pilsētā un 44%(jeb 22 respondenti) atbildēja, ka viņiem nebūs intereses sūtīt veselīgo ēdienu.



2.att. Vai visām Daugavpils esošajām iedzīvotājiem būs interesanti pamēģināt pasūtīt veselīga ēdiena piegādi uz visu nedēļu? (Avots: Aptaujas rezultātu apkopjums)

Piektā jautājumā respondentiem tika vaicāts, vai respondentiem ir laiks gatavot sev veselīgo ēdienu, vai viņi iegādās jau gatavos produktus, uz ko 20% (jeb 10 respondenti) atbildēja, ka viņi gatavo paši un viņiem ir laiks kaut-ko gatavot, bet 80%(jeb 40 respondenti) minēja, ka viņiem nav laika gatavot ēdienu. Pētījuma autore secina, ka Daugavpilī ir vērts atvērt vietu, kur cilvēki varētu pasūtīt veselīgo un sabalansēto ēdienu uz visu nedēļu vai vairāk, jo daudziem respondentiem nav laika gatavot ēdienu sev vai savai ģimenei.

Sestā jautājumā respondentiem tika jautāts, vai tie nodarbojās ar sportu, uz ko 62% (jeb 31 respondents)

atbildēja “Jā” un 38% (jeb 19 respondenti) atbildēja “Nē”. Pētījuma autore secina, ka Daugavpilī dzīvo diezgan aktīvi cilvēki, kuri nodarbojās ar sportu, kuri, visticimāk, pievērš uzmanību savam uzturam.

Septītā jautājumā respondentiem tika vaicāts, vai viņi pārsvarā strādā mājās vai ārpus tā, uz ko 90% (jeb 45 respondenti) atbildēja, ka viņī stādā ārpus mājām, un 10% (jeb 5 respondenti) atbildēja, ka viņi strādā tieši no mājām. Pētījuma autore secina, ka lielāka daļa no Daugavpils iedzīvotājiem strādā ārpus mājām, tatad viņiem nav daudz laika pašiem sev gatavot un viņi pārsvara pērk jau gatavos produktus.

Apkopojot pētījuma rezultātus darba autore secina, ka Daugavpils būtu perspektīva vieta, kurā var attīstīt veselīga ēdienu piegādes uzņēmumu. Ēdienu piegādes pakalpojumu šobrīd piedāvā neliela daļa no sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumiem Daugavpilī, bet tie uzņēmumi, kuri to piedāva, specializējas pārsvarā uz neveselīgu ēdienu. Daugavpilī nav neviena uzņēmuma, kurš pilnībā nodarbotos ar veselīgo ēdienu pagatavošanu un piegādi cilvēkiem uz veselu nedēļu(speciālizētais uzturss).

Secinājumi

Mūsdienās ēdienu piegādes pakalpojumi attīstās arvien vairāk un vairāk, jo uz tādiem pakalpojumiem ir liels pieprāsījums. Pēc anketēšanas datiem, Daugavpils iedzīvotāji diezgan bieži izmanto ēdienu piegādes pakalpojumus, ka arī pilsētas iedzīvotājiem būs interesanti pamēģināt veselīgo ēdienu piegādes pakalpojumus. Daugavpils pilsētā netika atrasts neviens konkurents, kurš pilnībā nodarbojas ar veselīga ēdiena pagatavošanu un piegādi klientiem uz visu nedēļu. Tā niša pilsētā ir brīva, lai pilnībā ienāktu ar jaunierādumiem.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Li, C., Mirosa, M., & Bremer, P. (2020). Review of Online Food Delivery Platforms and their Impacts on Sustainability. *Sustainability, 12(14),* 5528. https://doi.org/10.3390/su12145528

Eurostat (2021). *Impact of Covid-19 crisis on services.* Elektroniskais resurss [skatīts 14.03.2023]. Pieejams: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Impact_of_Covid-19_crisis_on_services#Covid-19_containment_measures_in_Europe

Latvijas avīze (2021). *Bolt atklāj patiesību, ka latvieši pandemijas laikā labprāt ēd un pasūta uz mājām.* Elektroniskais resurss [skatīts 14.03.2023]. Pieejams: https://www.la.lv/pieprasijuma-topa-atrie-edieni

Statista (2020). *Number of users forecast for the Online Food Delivery market in Europe from 2017 to2024*. Elektroniskais resurss [skatīts 14.03.2023]. Pieejams: https://www.statista.com/forecasts/696539/online-food-delivery-users-by-segment-in-europe

Matīss Nitišs. KAFIJAS AUTOMĀTU TIRDZNIECĪBAS IESPĒJAS SPECIALIZĒTĀ VEIKALĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: matiss.nitiss@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., profesore Vita Zarina

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Kafija ir viens no vispopulārākajiem dzērieniem pasaulē, un tās patēriņš turpina pieaugt ar katru gadu. Šī tendence ir novērojama arī Latvijā, kur cilvēki arvien vairāk izmanto kafijas pupiņas, lai pagatavotu savu iecienītāko dzērienu. Līdz ar kafijas pupiņu patēriņa pieaugumu, mainās arī cilvēku paradumi attiecībā uz kafijas pagatavošanu. Ja agrāk populārākais veids kā pagatavot kafiju bija apliet šķīstošo kafiju ar karstu ūdeni, tad vēlāk to nomainīja maltā kafija, bet mūsdienās aizvien vairāk cilvēku izmanto kafijas automātus, lai pagatavotu svaigu kafiju no svaigām pupiņām. Tirgus dati norāda, ka Latvijā kafijas automātu patēriņš un pārdošana ir arvien pieaugoša tendence. Pēc "BRC Market research" datiem, 2022.gadā kopējais pārdoto kafijas automātu apgrozījums Latvijā sasniedza 12 200 000 EUR, kas ir par 4% vairāk nekā iepriekšējā gadā. Šis pieaugums liecina par to, ka cilvēki cenšas ērtības un ātrumu savienot ar kvalitatīvu kafijas baudīšanu. Kafijas automāti nodrošina vieglu un ērtu kafijas pagatavošanu, kas var būt īpaši vērtīgi cilvēkiem, kuriem ir ātrs dzīvesveids un tie nevēlas tērēt laiku kafijas pagatavošanai. Kafijas automātu pārdošanas pieaugums Latvijā ir zīme tam, ka cilvēki cenšas atrast jaunus un ērtus veidus, kā baudīt savu iecienītāko dzērienu, vienlaikus nezaudējot kvalitāti un garšu.

Pētījuma mērķis: Izvērtēt specializēta kafijas automātu veikala attīstības iespēju Latvijā ar fizisku lokāciju un arī e-veikalu.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze, anketēšana, sekundāro datu apstrāde.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma ietvaros tiks analizēti kafijas automātu pārdošanas rādītāji Latvijā, patērētāju kafijas dzeršanas paradumi, kā arī specializētu kafijas automātu veikalu daudzums Latvijā un to finanšu rādītāji.

Atslēgas vārdi: kafija; kafijas automāts; Latvija; specializēts veikals.

Ievads

Kafijas pupiņas pasaules biržās ir septītais pieprasītākais produkts, piekāpjoties tikai naftai un dārgmetāliem. (Thaxton, 2022) Latvijā aptuveni 40% iedzīvotāju savā uzturā lieto kafiju. Pēc tirgus datiem vidēji viens Latvijas iedzīvotājs gadā patērē vidēji 4kg kafijas. Arvien lielāku popularitāti Latvijā iegūst pupiņu kafija, jo tas ir labākais veids, kā pagatavot kafijas dzērienus, jo pupiņa tiek samalta tieši pirms pagatavošanas, līdz ar to kafijas dzēriens vienmēr būs svaigs. Viena no galvenajām svaigi maltas kafijas priekšrocībām ir tā, ka tā nodrošina labāku garšu. Svaigi maltas kafijas pupas atbrīvo savas dabiskās eļļas un aromātus, kas pievieno kafijai tās garšu. Tas nozīmē, ka svaigi malta kafija ir smaržīgāka, garšīgāka un tai piemīt pilnīgāka garša salīdzinājumā ar jau maltu kafiju, kura laikam ejot var zaudēt savu garšas buķeti (BRC Market experts research, 2023).

Vēl viena svaigi maltas kafijas priekšrocība ir tā, ka tā ir vairāk barojoša tāpēc ka kafijas pupās ir daudz svarīgu vitamīnu un minerālvielu, piemēram, vitamīns B2, B3 un B5, kā arī mangāns, kālijs un magnijs. Svaigi maltas kafijas pupas saglabā vairāk šo uzturvielu nekā jau malta kafija, kura laika gaitā var zaudēt

daļu no savas uzturvērtības. (Nordqvist, 2021) Svaigi maltas kafijas priekšrocība ir arī tāda, ka tā ir vairāk universāla. Ar kafijas automātu iespējams malt kafijas pupas, iegūstot sev īpaši vēlamu konsistenci. Ir svarīgi, ka kafijas automāts ļauj ne tikai izvēlēties iecienītāko malumu, bet arī pagatavot dažādus kafijas dzērienu veidus, piemēram, espresso, cappuccino vai latte utml.

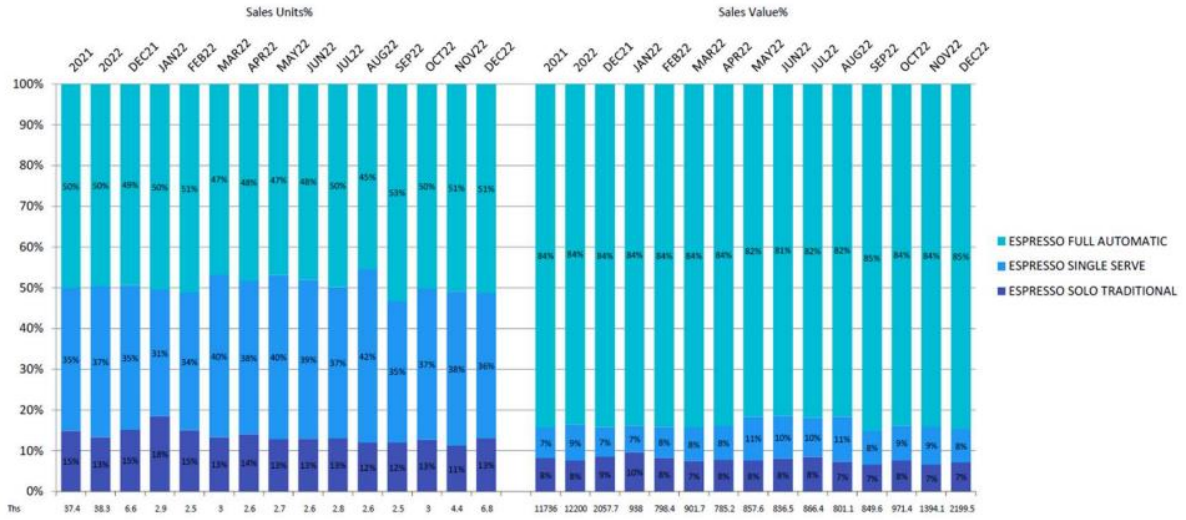
Pētījuma mērķis bija izvērtēt specializēta kafijas automātu veikala attīstības iespēju Latvijā. Darba uzdevumi bija šādi: izpētīt kafijas un kafijas automātu tendences Latvijā; izpētīt specializēto kafijas automātu veikalu klāstu Latvijā; veikt patērētāju kafijas dzeršanas paradumu pētījumu; balstoties uz anketēšanas rezultātiem, izvērtēt iespēju jauna specializēta kafijas automātu veikala atvēršanai Latvijā. Darba pētnieciskajā daļā tika izmantotas šādas metodes: anketēšana un grafiskā analīze.

Analītiskais apskats

Cilvēki dzer kafiju jau vismaz piecsimt gadu, un gadu no gada tās patēriņš tikai aug - visticamāk kafiju dzersim arī pēc 100 gadiem. Ar laiku kafijas pagatavošanas metodes attīstījās un kļuva sarežģītākasparādījās speciālas kafijas pupiņu malšanas mašīnas, kuru mērķis bija sagatavot kafijas pupas pirms pagatavošanas. Šī inovācija radīja daudz jaunu iespēju, un kafiju varēja pagatavot dažādos veidos, piemēram, espresso, cappuccino un latte. Tehnoloģijām attīstoties, kafijas pagatavošanas paradumi turpināja mainīties un attīstīties. Parādījās kafijas automāti, kas bija aprīkoti ar iebūvētām dzirnavām un tādējādi ļāva pagatavot svaigi maltu kafiju tikai ar vienu pogas spiedienu. Šie kafijas automāti bija daudz ērtāki un ātrāki nekā manuālās pagatavošanas metodes, un tādēļ tie kļuva ļoti populāri. Mūsdienās, kafijas automāti ir pieejami dažādās izmēros un formās, un tie var būt aprīkoti ar daudzām modernām funkcijām, piemēram, automātisku tīrīšanu un tējas pagatavošanu. Šie kafijas automāti ļauj ātri un vienkārši pagatavot dažādus kafijas veidus, un tie ir kļuvuši par neatņemamu sastāvdaļu gan mājsaimniecībās, gan kafejnīcās un birojos. (National Coffee Association of U.S.A., 2019)

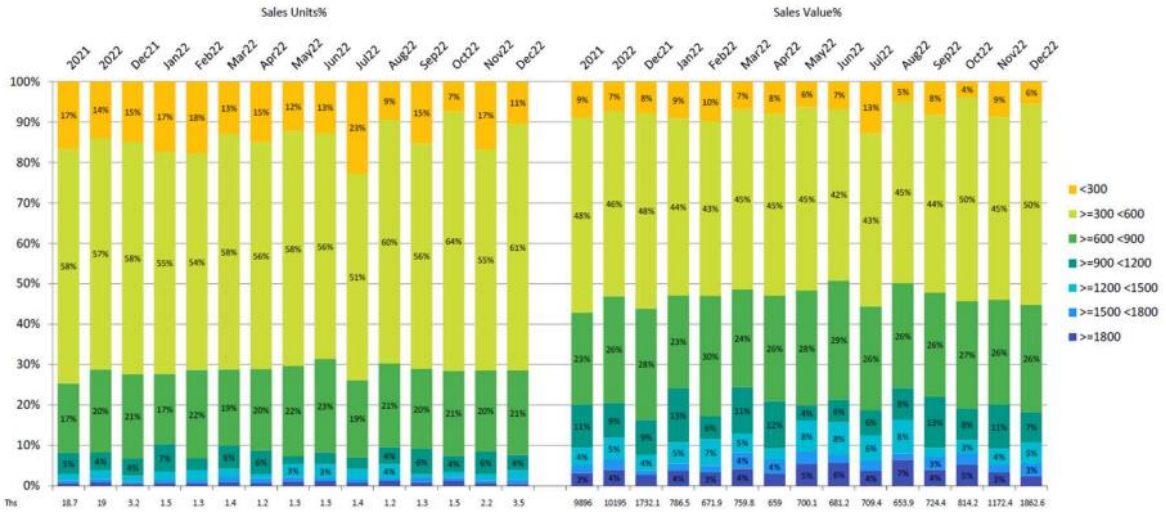
Lai gan kafiju var pagatavot vismaz 20 dažādos veidos, bet visizplatītākie Latvijā tie ir 4: maltā kafija- kafija tiek iegādāta jau samalta vai samalta kafijas dzirnaviņās un aplieta krūzītē ar karstu ūdeni, vai arī tiek izmantota "french press" kanna; šķīstošā kafija- šķīstošās kafijas pulveris tiek apliets ar karstu ūdeni krūzītē; pupiņu kafija- kafija tiek pagatavota no svaigām kafijas pupiņām un tās pagatavošanai ir nepieciešams kafijas automāt, kurš kafiju samaļ un pagatavo pēc vienas pogas nospiešanas; kafijas pagatavošana no kafijas kapsulām. (BRC Market experts research, 2023).

Lai raksturotu kafijas automātu tirgu Latvijā, autors izmanto iegūtos datus no uzņēmuma "BRC Group", kuri ir vadošais tirgus izpētes uzņēmums Baltijā. Latvijā katru gadu kafijas automātu tirgus ir augošs gan pēc pārdoto vienību skaita, gan arī pēc automātu vērtības. Pēc 2021. gada BRC tirgus izpētes datiem Latvijā tika pārdoti 37 773 kafijas automāti, kuru kopējā pārdošanas vērtība bija 11 736 349 EUR, savukārt 2022. gadā tie bija 38 300 pārdoti kafijas automāti ar kopējo pārdošanas vērtību 12 200 000 EUR, respektīvi kafijas automātu tirgus ir audzis pat neņemot vērā inflāciju. Šie dati raksturo kopējos kafijas automātu tirdzniecības rezultātus - datos ir iekļauti kafijas kapsulu automāti un maltās kafijas automāti. Kafijas automātu tirgus vēl nav sasniedz Lietuvas un Igaunijas līmeni, kur pārdošanas rādītāji ir gandrīz divreiz lielāki. Bet kopumā Latvijā tendence ir augoša. Pēc tirgus datiem varam arī nolasīt, ka aizvien populārs kafijas pagatavošanas veids ir kapsulu automāti ("single serve"), lai gan pārdotais automātu apjoms ir liels, apgrozījuma ziņā tas nav salīdzināms ar kafijas pupiņu automātu apgrozījumu ("espresso full automatic") (sk. 1.att.) (BRC Market experts research, 2023)



1.att. 2022.gadā Latvijā pārdoto kafijas automātu apjoms un apgrozījums (Avots: (BRC Market experts research, 2023)

Kafijas automātu cenas mēdz būt dažādas un ir robežās no 200 EUR par ļoti vienkāršiem kafijas automātiem līdz pat 3000 Eur vērtiem modeļiem. Latvijā pēc BRC tirgus datiem 2022.gadā 57% no visa pārdotā kafijas automātu apjoma sastāda automāti, kuru cena ir no 300 līdz 600 EUR amplitūdā. Vērtības ziņā šis segments sastāda 46%. Cenu diapazonā 900-1200 EUR tie ir 23% (sk. 2.att.).



2.att. 2022.gadā Latvijā pārdoto kafijas automātu apjoms un apgrozījums (Avots: (BRC Market experts research, 2023)

Latvijā kafijas automātus var iegādāties trīs dažādos tirdzniecības kanālos: elektropreču veikalos, kuru sortimentā ir dažādas elektropreces, piemēram, "Euronics" vai "RD Electronics"; specializētos kafijas automātu veikalos, piemēram, "Kafijas Draugs" vai "Es mīlu kafiju"; interneta veikalos, piemēram www.220.lv vai www.1a.lv . Cilvēku ieradumi, gadiem ejot, mainās, un patērētāji arvien vairāk iepērkas e-komercijas vietnēs nevis fiziskos veikalos. Tajā pašā laikā statistika liecina, ka lielākus un dārgākus

pirkumus patērētāji tomēr veic fiziskos veikalos. Tai skaitā atrodas arī specializētie veikali, kuri fokusējas uz vienu noteiktu produktu grupu, piemēram, uz kafijas un kafijas automātu tirdzniecību. Šādiem veikaliem ir vairākas priekšrocības salīdzinoši ar tradicionālajiem elektropreču veikaliem, jo tie fokusējas uz noteiktu produktu nišu un nodrošina labāku pārdošanas pieredzi - pārdošanas personāls ir zinošāks, jo var fokusēties uz konkrētu produktu, var piedāvāt klientam arī kafijas degustācijas, iespēju izmēģināt automātus pirms iegādes, kas nav iespējams interneta veikalos vai tradicionālajos elektropreču veikalos. (Petro, 2019)

Pēc BRC tirgus datiem, kuros tika analizēta kafijas automātu tirdzniecība e-veikalos un fiziskajās tirdzniecības vietās, autors secina, ka Latvijā 2021.gadā 59% no visiem pārdotajiem kafijas automātiem tika pārdoti izmantojot e-veikalus (online) un 41% no pārdotajiem kafijas automātiem tika pārdots fiziskās tirdzniecības vietās (traditional). (BRC Market experts research, 2023)

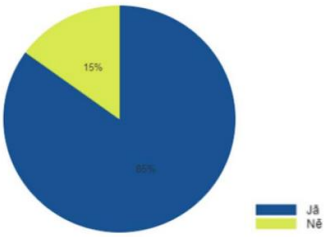
Balstoties uz publiski pieejamo informāciju Latvijas uzņēmumu reģistrā, Latvijā darbojas aptuveni 5 specializēti kafijas automātu pārdošanas veikali. Viens no tiem ir SIA ”Kafijas Draugs”, kurš 2022. gada finanšu gadu ir noslēdzis ar 5 372 934 EUR neto apgrozījumu un 41 312 EUR peļņu. Šis uzņēmuma pieder 3 fiziski veikali Rīgā, kā arī e-komercijas vietne www.kafijasdraugs.lv. Kā otrs lielākais spēlētājs Latvijā ir SIA ”Innocent PRO” - šis uzņēmums ir strādājis ar pieticīgāku apgrozījumu 3 976 300 EUR apmērā, bet nodrošinājis sev krietni labāku peļņu 253 900 EUR apmērā. Arī šim uzņēmumam ir 3 fiziski veikali Rīgā kā arī e-komercijas vietne www.esmilukafiju.lv. (Latvijas Republikas uzņēmumu reģistrs, 2023).

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma ietvaros autors veica anketēšanu, lai noskaidrotu patērētāju kafijas dzešanas paradumus un novērtētu cilvēku zināšanas par kafijas automātiem un specializētajiem veikaliem kopumā. Aptauja tika izsūtīta 40 respondentiem, no kuriem visi arī sniedza atbildes. Aptaujā piedalījās 29 sievietes un 11 vīrieši. Aptauja tika veikta laika posmā no 13.02.2023. līdz 23.02.2023. Vidējais respondentu vecums aptaujā ir 33 gadi. Aptauja tika izveidota izmantojot platformu www.visidati.lv, kurā tiek apkopots respondentu skaits un aprēķinātas atbildes procentuālā formā uz katru jautājumu, kas padara šo rezultātu analīzi un apkopošanu ērtāku. Aptauja tika izsūtīta respondentiem, kuri ir sasnieguši pilngadību, pieņemot, ka aptuveni šādā vecumā cilvēki sāk strādāt un gūt pastāvīgus ienākumus.

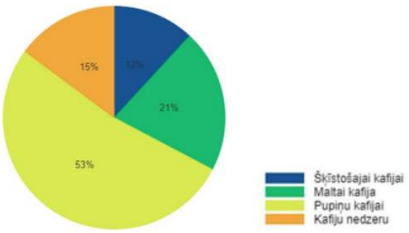
Pētījuma rezultāti

Uz jautājumu “Vai Jūs dzerat kafiju?” lielākā daļa jeb 85% no respondentiem atbildēja, ka dzer kafiju, savukārt 15% no respondentiem atzina, ka kafiju nedzer.



3.att. Kafijas mīļotāju skaits respondentu vidū. (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

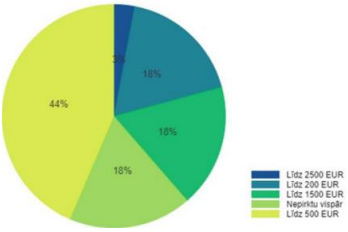
Uz jautājumu "Kādam kafijas pagatavošanas veidam dodat priekšroku?" vairāk kā puse no respondentiem atbildēja, ka priekšroku dod kafijai kura pagatavota no svaigi maltām kafijas pupiņām. 21% no aptaujātajiem respondentiem priekšroku dod maltai kafijai, savukārt 12% priekšroku dod šķīstošajai kafijai. 12% atzina, ka kafiju nedzer vispār.



4.att. Populārākie kafijas pagatavošanas veidi respondentu vidū (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

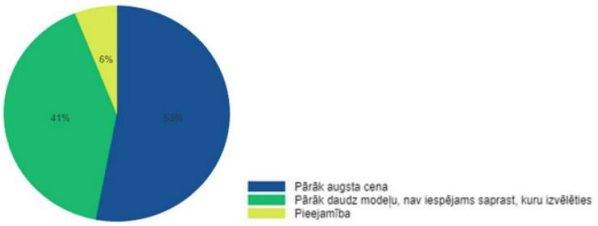
Uz jautājumu "Vai jums ir pupiņu kafijas automāts?" respondentu atbildes bija vienādas, 50% respondentu šāds automāts ir un 50% nav.

Uz jautājumu "Kāda būtu summa, ko būtu gatavi atvēlēt kafijas automāta iegādei?" 44% no respondentiem atzina, ka nevēlētos tērēt vairāk kā 500 Eur par šo pirkumu, savukārt 18% no respondentiem būtu gatavi tērēt līdz 200 EUR, 18% atzina ka būtu gatavi tērēt līdz 1500 EUR, 2 % atzina ka būtu gatavi tērēt līdz pat 2500 EUR par kafijas automātu un 3% atzina, ka neiegādātos vispār.



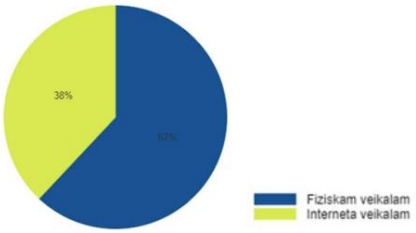
5.att. Budžets, ko respondenti būtu gatavi tērēt kafijas automāta iegādei (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu "Kādi, jūsuprāt, ir lielākie šķēršļi kafijas automāta iegādei?" vairums jeb 53% atzina, ka problēma ir pārāk augstā cena. Savukārt 41% atzina tirgū ir pārāk daudz modeļu un ražotāju, un nav iespējams saprast, kuru izvēlēties. Savukārt tikai 6% no respondentiem uzskata, ka problēma ir kafijas automātu pieejamībā.



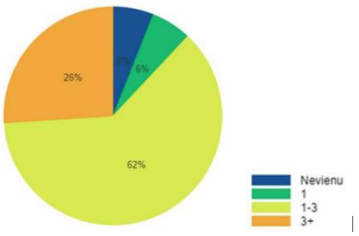
6.att. Šķēršļi kafijas automāta iegādei (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu "Ja Jums būtu nepieciešams iegādāties kafijas automātu, kādam tirdzniecības kanālam dotu priekšroku?" 62% no respondentiem atzina, ka priekšroku dotu fiziskam veikalam, savukārt 38% šo pirkumu veiktu internetā.



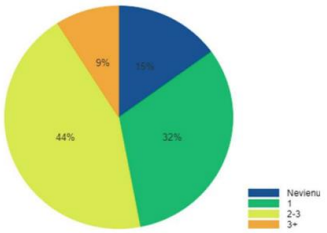
7.att. Tirdzniecības kanālu sadalījums respondentu vidū (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Atbildot uz jautājumu "Cik kafijas automātu ražotājus (zīmolus) Jūs zināt?", 62% no respondentiem atzina, ka ir pazīstami ar 1-3 ražotāju zīmoliem, 26 % no respondentiem atzina, ka zina trīs un vairāk zīmolus, savukārt 6% no respondentiem zina tikai vienu kafijas automātu zīmolu, bet 6% nezina nevienu.



8.att. Respondentu zināšanas par kafijas automātu zīmoliem (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautājumā "Cik specializētās kafijas automātu tirdzniecības vietas Jūs varat nosaukt?" 44% atbildēja, ka zina divus līdz trīs šādus tirgotājus, 32% zina vienu šādu tirgotāju, 9% respondentu trīs un vairāk šādas specializētas tirdzniecības vietas un 15 % nevar nosaukt nevienu šādu tirdzniecības vietu.



9.att. Specializēto kafijas automātu tirdzniecības vietu popularitāte respondentu vidū (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

Pētījuma rezultātā tika veikti šādi secinājumi:

- Kafija Latvijā un pasaulē ir plaša patēriņa produkts ar senām tradīcijām, un šī produkta patēriņš nākotnē tikai pieaugs
- Mainoties kafijas pagatavošanas metodēm, pieaug pieprasījums pēc kafijas automātiem, kuri spēj samalt un pagatavot kafiju no kafijas pupiņām.
- Kafijas automātu tirgus pēc pārdošanas datiem Latvijā ir ar pozitīvu tendenci, gan pēc pārdotā apjoma, gan pēc radītās vērtības.
- Latvijā arvien populārāks kanāls kafijas automātu tirdzniecībai ir e-komercija, tajā pašā laikā arī fiziski pārdošanas punkti rāda spēcīgus rezultātu.
- No visa pārdotā kafijas automātu klāsta 57% sastāda kafijas automāti ar cenu no 300 līdz 600 EUR.
- Latvijā ir tikai divi spēcīgi specializētie kafijas automātu veikali ar vērā ņemamiem tirdzniecības rezultātiem.
- Pēc aptaujas rezultātiem autors secina, ka tikai 50% no respondentu jau ir kafijas pupiņu automāts.
- No respondentu sniegtajām atbildēm autors secina, ka 62% dotu priekšroku iegādāties kafijas pupiņu automātu fiziskā tirdzniecības vietā.
- No respondentu atbildēm autors secina, ka 42% aptaujāto zina divas līdz trīs specializētas kafijas automātu tirdzniecības vietas.
- Autors secina, ka Latvijā ir potenciāls specializēta kafijas automātu veikala atvēršanai, ņemot vērā pozitīvos tirgus datus, kā arī esošo mazo konkurenci, kurā darbojas tikai divi vērā ņemami spēlētāji. Veikala darbību nepieciešams veidot gan ar fizisku lokāciju, gan arī tam jādarbojas e-vidē.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

BRC Market experts research (2023) Monthly Hot Beverage market research. *Pētījuma rezultāti,* 1-18.

Latvijas Republikas uzņēmumu reģistrs (2023). *Sabiedrība ar ierobežotu atbildību "Innocent PRO" gada pārskats.* Elektroniskais resurss [skatīts 13.02.2023.] Pieejams: https://info.ur.gov.lv/#/legalentity/40103516061

Latvijas Republikas uzņēmumu reģistrs (2023). *Sabiedrība ar ierobežotu atbildību "Kafijas draugs" gada pārskats.* Elektroniskais resurss [skatīts 13.02.2023.] Pieejams: https://info.ur.gov.lv/#/legalentity/40103774377

National Coffee Association of U.S.A. (2019). *The History of Coffee*. Elektroniskais resurss [skatīts 13.02.2023.] Pieejams: https://www.ncausa.org/about-coffee/history-of-coffee

Nordqvist, J. (2021). *Is Coffee Good for You? Health Benefits, Disadvantages, and More.* Elektroniskais resurss [skatīts 13.02.2023.] Pieejams: https://www.medicalnewstoday.com/articles/270202

Petro, G. (2019). *Consumers are Spending More per Visit In-Store than Online. What does this Mean for Retailers?* Elektroniskais resurss [skatīts 13.02.2023.] Pieejams: https://www.forbes.com/sites/gregpetro/2019/03/29/consumers-are-spending-more-per-visit-in-store-than-online-what-does-this-man-for-retailers/?sh=5440d1817543

Thaxton, R. (2022). *What are the Most Traded Commodities?* Elektroniskais resurss [skatīts 13.02.2023.]. Pieejams: https://www.forex.com/ie/news-and-analysis/top-ten-most-traded-global-commodities/

Alīna Miķelsone Krieviņa[1], Beate Adlere[2]. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: [1]alina.krievina@gmail.com, [2]beateadlere@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA., docente Jeļena Budanceva

Ievads

Par pētījuma pamatu ir ņemta ideja, ka katra uzņēmuma un organizācijas galvenā veiksmes atslēga ir augstu motivēti darbinieki. Augstu motivēti darbinieki savu darbu veiks labāk, ātrāk, kā arī darbinieku morāle saglabāsies augstu – darbinieki kompānijā paliks ilglaicīgi. Motivācija ir galvenais ierocis, kas iedvesmo cilvēkus uzņemties riskus un sasniegt augstākus mērķus. Kā arī darbinieki ar augstāku motivāciju labprātāk izvēlēsies pieņemt jaunus izaicinājumus un ātrāk sasniegt nospraustos mērķus.

Darba autori izsaka hipotēzi, ka izmantojot dažādus motivēšanas instrumentus IPAS ''INDEXO'' vadībai iespējams paaugstināt darba ražīgumu un darbinieku atbildību par savu darbu.

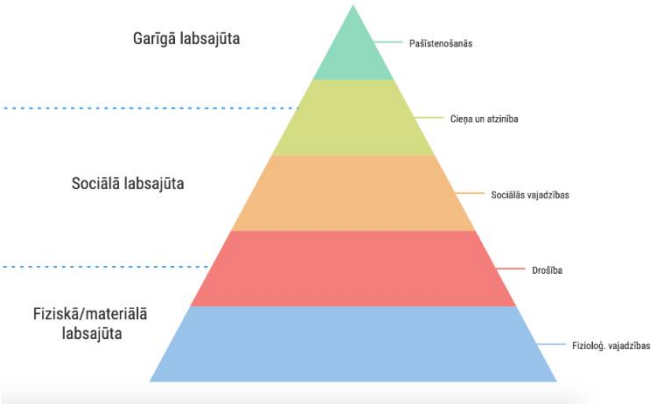
Pētījuma mērķis ir noteikt un izpētīt kādus motivēšanas instrumentus izmanto IPAS ''INDEXO'', un, aptaujājot uzņēmuma darbiniekus, noskaidrot vai izmantotie motivēšanas instrumenti darbojas.

Lai sasniegtu pētījuma mērķus, autori veiks vairākus pētījuma uzdevumus kā speciālās literatūras izpēti par motivēšanas instrumentiem. Lai uzzinātu kādas motivēšanas metodes tiek pielietotas IPAS ''INDEXO'', autori veiks interviju ar uzņēmuma pārdošanas vadītāju un, balstoties uz intervijā iegūto informāciju, tiks veikta aptaujas izveide un uzņēmuma IPAS ''INDEXO'' darbinieku anketēšana.

Pētījuma rezultātos tiks aprakstīts svarīgākais no intervijas ar uzņēmuma cilvēkresursu vadītāju. Kādas ir motivēšanas metodes INDEXO un kāpēc tieši tādas metodes uzņēmuma vadība izmanto, kāds ir kopējais klimats uzņēmumā. Tiks aprakstīti arī rezultāti no aptaujas. Lielākoties tās ir darbinieku sajūtas uzņēmumā un viņu novērtējums.

Analītiskais apskats

Kā jau autori pētījuma ievadā ir minējuši – katra uzņēmuma un organizācijas galvenā veiksmes atslēga ir augstu motivēti darbinieki. Mūsdienās lielākie uzņēmumi cenšas saviem darbiniekiem nodrošināt augstu motivācijas līmeni, lai darbi tiktu veikti ātrāk, efektīvāk un darbinieki vēlētos uzņēmumā palikt ilgāk. Par pamatu darbinieku labsajūtai un, līdz ar to arī motivācijai izmanto Maslova piramīdu. Maslova piramīda vai Maslova vajadzību hierarhija ir psiholoģiskā teorija, ko izstrādājis amerikāņu psihologs Abrahams Maslovs. Viņš publicēja savu teoriju 1943. gadā savā rakstā "A Theory of Human Motivation". Maslovs izstrādāja hierarhisku pieeju cilvēka vajadzībām, kas tika attēlota kā piramīda ar pieciem pakapieniem. Maslova teorija ir kļuvusi par vienu no visizplatītākajām un ietekmīgākajām cilvēka motivācijas teorijām un ir tālāk attīstījusies dažādu psiholoģisku un organizatorisku teoriju un prakšu ietvaros. (Maslow, 1943)



1.att. Maslova piramīda (Avots: Rigacomm., n.d.)

Maslova piramīdas hierarhijas pieci līmeņi:

- Fizioloģiskās vajadzības: gaiss, ūdens, miegs, barība, siltums, veselība, dzīves telpa, seksualitāte (pamatvajadzības).
- Drošība: Aizsardzība no briesmām, kārtība un tiesības, drošība (vajadzības, kas orientētas uz izdzīvošanu nākotnē).
- Sociālās vajadzības: ģimene, draudzība, grupas atbalsts, mīlestība, intimitāte, komunikācija.
- Sociālā atzinība: sociālais statuss, atzinība, cieņa, ietekme, panākumi darbā un privātajā dzīvē, labklājība.
- Pašīstenošanās: individualitāte, apdāvinātība, personīgā potenciāla īstenošana, pašattīstība. (Maslow, 1943)

Mūsdienās ir pieejamas dažādas modernas motivēšanas metodes, kuras var palīdzēt uzlabot darbinieku motivāciju un veicināt uzņēmējdarbības panākumus. Šeit ir dažas no tām:

- Augstas kvalitātes darba apstākļi: Lai darbinieki būtu motivēti, viņiem jāsaņem pieejami un labi organizēti darba apstākļi, kas atbilst viņu prasībām
- Pateicība un atzinība: Pateicības izteikšana par paveikto darbu un darbinieka ieguldījumu var palielināt motivāciju un pašapziņu
- Attīstības iespējas: Darbinieki vēlas augt un attīstīties, tāpēc uzņēmumiem ir jānodrošina iespējas apmācībai un attīstībai
- Darbinieku iesaistīšana lēmumu pieņemšanā: Lēmumu pieņemšanas procesā iesaistot darbiniekus, var veicināt viņu iesaistīšanos un palielināt motivāciju
- Mērķu uzstādīšana un sekošana: Darbiniekiem jāzina, kādi ir uzņēmuma mērķi un kā viņi var palīdzēt to sasniegt. Mērķu sekošana var uzlabot motivāciju un veicināt efektivitāti
- Atalgojuma sistēmas: Lai motivētu darbiniekus, uzņēmumi var izmantot dažādas atalgojuma sistēmas, piemēram, bonusus, prēmijas, akcijas, u.t.t.

— Darbinieku labklājības un veselības uzraudzība: Uzņēmumiem vajadzētu nodrošināt darbinieku labklājību un veselību, piemēram, piedāvājot veselības apdrošināšanu, sporta klubu abonementus, u.t.t.

— Mūsdienīgi tehnoloģiskie risinājumi: Tehnoloģijas var palīdzēt efektīvi organizēt darbu un uzlabot darba procesus, kā arī piedāvāt interaktīvas motivācijas sistēmas.

— Konkurētspējīgas un elastīgas darba prakses: Elastīgas darba stundas, distanču darbs un citi moderni darba modeļi var uzlabot darbinieku motivāciju un nodrošināt darba un dzīves līdzsvaru. (Brian Tracy, Motivation: The Key to Accomplishments)

Attīstoties laikam un pieaugot darbinieku prasībām pēc komforta uzņēmumiem nemitīgi ir jākustas līdzi laikam, lai nodrošinātu savu darbinieku labklājību, kuras rezultātā darbinieki ir motivētāki veikt savu darbu. Šī iemesla dēļ mūsdienīgi uzņēmumi piedāvā daudz un dažādus labumus, kas motivē viņu darbiniekus. Piemēram, augļi darba vietā, apdrošināšana, apmaksātas apmācības, iespēja strādāt attālināti u.t.t.

Pētījuma metodoloģija

Kā viena no pētījuma metodēm tika izmantota anketēšana. Anketēšanā piedalījās 31 IPAS "INDEXO" darbinieks. Respondenti bija gan sievietes, gan vīrieši, kuri atbildēja uz dažādiem slēgtiem jautājumiem. Pāris jautājumos bija iespēja atbildēt ar savu atbildes variantu, jo, nepieturoties pie konkrētām atbildēm, bet ļaujot arī izteikties, autori varētu uzzinātu iespējams vairāk. Ar anketas jautājumem vēlamies uzzināt kāds klimats pastāv uzņēmuma vidē, vai darbinieki jūtas atbalstīti, nebaidās izteikt viedokli, vai ir atbilstoša darba samaksa, darba stundas un vai vispār motivēšanas instrumenti dod motivāciju darbiniekiem.

Tika izstrādāti 11 jautājumi platformā Google Forms . Rezultāti tika apkopoti sektora diagrammās. Autori uzskatīja, ka anketai obligāti ir jābūt anonīmai, lai darbinieki brīvi izpaustos savā viedoklī. Apkopojot un izanalizējot respondentu atbildes autori netikai saņemsim atbildi uz izvirzīto hipotēzi, bet arī redzēs kopējo klimatu uzņēmumā un ko, iespējams, ieteikt IPAS "INDEXO" pārdošanas vadītājam.

Otra no pētījuma metodēm bija intervija. Tika uzdoti 4 jautājumi uzņēmuma pārdošanas vadītājam, kurš arī atbild par cilvēkresursu vadību IPAS "INDEXO". Lielākoties tie bija vispārīgi jautājumi, lai saprastu precīzāk kādus jautājumus sastādīt anketā.

Pētījuma rezultāti

Autoru galvenais uzdevums bija noskaidrot vai hipotēze piepildās , ka izmantojot dažādus motivēšanas instrumentus IPAS ''INDEXO'' vadībai ir iespējams paaugstināt darba ražīgumu un darbinieku atbildību par savu darbu. Tāpat arī no anketas un intervijas atbildēm autori vēlas saprast, cik daudz uzņēmumā tiek īstenots no cilvēkam nepieciešamajām vajadzībām pēc iepriekš minētās Maslova piramīdas.

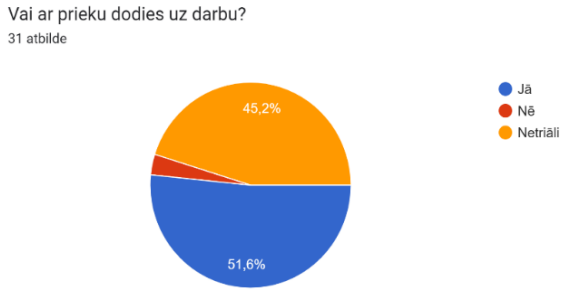
Intervijā ar uzņēmuma IPAS ''INDEXO'' pārdošanas vadītāju un cilvēkresursu vadītāju (skatīt pielikumu nr.1.), tika noskaidrotas atbildes uz 4 jautājumiem. Uz jautājumu kā vērtē INDEXO darbiniekus un kolektīvu viņš atbild, ka ir jūtams, ka kolektīvs ir ļoti motivēts un, ka motivācijas devu un enerģiju katrs nodod viens otram. Tāpat ir jūtams, ka viss kolektīvs ir ar vienotu mērķi, lai INDEXO augtu. Tas viņam, liekas ļoti svarīgi. Tāpat saka, ka jebkurš darbinieks var sastrādāties viens ar otru.

Nākamais jautājums bija - ar kādiem motivācijas instrumentiem tiek motivēti darbinieki. Vadītājs paskaidroja, ka specifisko produktu dēļ darbs nav no vieglākajiem un tāpēc lielākā daļa INDEXO darbinieku ir pārdošanas speciālisti. Tā iemesla dēļ, šiem darbiniekiem tiek veiktas apjomīgas apmācības un viņi tiek maksimāli motivēti ar dažādām bonusu sistēmām. Vadītājs kā motivācijas instrumentus min daudzpusējas apmācības, veselības apdrošināšanu, iemaksas 3. pensiju līmenī, kolektīva saliedējošie pasākumi, lielākos svētkos, kā ziemassvētki – tematiskas balles. Lai kolektīva vadītāji spētu motivēt arī katru darbinieku individuāli notiek „viens pret viens“ sapulces. Uzņēmumā ir reālas iespējas uz izaugsmi vai amatu maiņu. Ofisa darbiniekiem ik nedēļu ir arī našķu kastes (augļi, batoniņi, citas uzkodas).

Uz jautājumu kādēļ ir tik daudz motivējošo labumu, viņš paskaidroja, ka, lai vairāk motivētu pārdošanas speciālistus, piemēram, ņemt vairāk maiņas un piesaistīt vairāk klientu, ir izveidota algas bonusu sistēma. Tāda sistēma nav citiem darbiniekiem, jo ir cita veida darbs, tāpēc papildus ir pārējie minētie motivēšanas instrumenti.

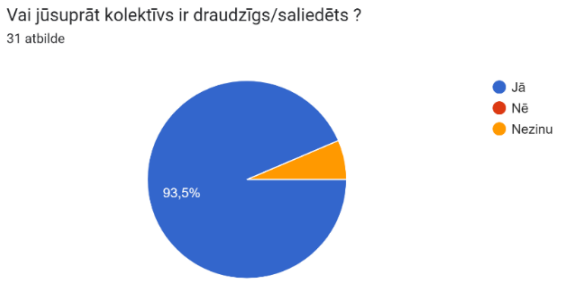
Pēdējais jautājums bija par to vai tiek izmantoti negatīvie motivācijas paņēmieni. Viņš teica, ka šādas metodes netiek izmantotas, bet komentējot tieši pārdošanas pusi atzīst, ka ir brīži, kuros ir jārunā par darba attiecību pārtraukšanu vai jāizsaka rājieni, ja pārdevējam nesanāk sasniegt nepieciešamos rezultātus vai kāds kolēģis nestrādā pēc konkrētiem nosacījumiem vai likumiem. Uzņēmuma darbinieku anketēšanas rezultātos autori velējās noskaidrot kāds ir reālais klimats uzņēmumā, kāda ir darbinieku labsajūta, kā arī citu informāciju ko tie var sniegt.

Aptaujas rezultātā, saņemot atbildes no 31 darbinieka, noskaidrojām, ka 51,6 % aptaujāto INDEXO darbinieku dodas ar prieku uz darbu, taču 45,2 % ir ar neitrālām sajūtām (sk. 1.att).



1.att Vai ar prieku dodies uz darbu? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Tāpat tika noskaidrots, ka 93,3% no 31 aptauju aizpildījušajiem kolēģiem, uzskata, ka kolektīvs ir draudzīgs un saliedēts. Tikai 6,7% jeb 2 darbinieki atbildēja, ka nezina.



2.att. Vai jūsuprāt kolektīvs ir draudzīgs/saliedēts ? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

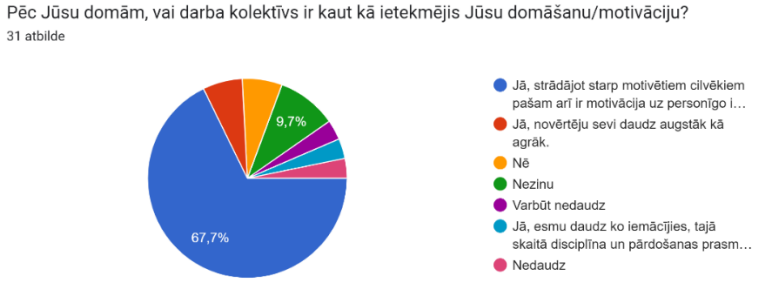
Ļoti labs rādītājs ir, ka 93,3% atzīmēja, ka var saņemt atbalstu no kolektīva kopumā. Viens respondents atzīmēja, ka tikai no vadītāja var saņemt atbalstu un vēl viens, ka tikai no kolēģiem. Neviens no respondentiem nav atbildējis, ka nevarētu saņemt atbalstu. Uzskatām, ka šis ir viens no svarīgākajiem jautājumiem šajā aptaujā un labi parāda kāds ir klimats uzņēmumā – darbinieki jūtas droši, novērtēti un bez bailēm var vērsties pēc palīdzības pie kolēģiem un vadītājiem.

3.att. Vai, ja nepieciešams, varat saņemt atbalstu no sava vadītāja vai kolēģiem? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Saņēmām arī pozitīvus rezultātus uz jautājumu vai darbinieki vērstos pie sava darba vadītāja ja viņam būtu jaunas idejas. 86,2% atbildeja, jā, jo jaunas idejas vienmēr uzklausa, 10,3% jā, ja vadītājs jautātu un 3,4%, (tas ir 1 respondents) nē, jo neliekas svarīgi dalīties ar savām idejām. Iespēja izteikties, dalīties ar idejām un iesaistīšanās uzņēmuma procesos arī palielina darbinieku motivāciju. Attiecīgi ja 86,2% zin un viss ticamāk ir arī dalījušies ar savām idejām, tas nozīmē, ka darbinieki uzņēmumā ir motivēti ne tikai dalīties ar savām idejām, bet arī domāt par to kā uzlabot dažādas funkcijas uzņēmumā.

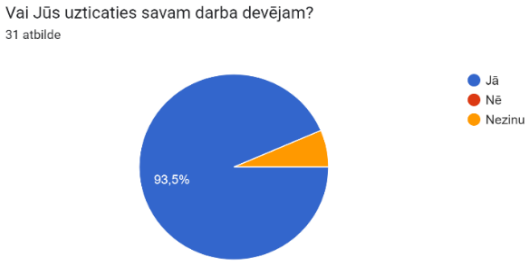
4.att. Ja Jums būtu jauna ideja, vai Jūs vērstos pie sava vadītāja ar to? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Vēl viens jautājums kurš parāda uzņēmuma iekšējo klimatu un sadarbību starp darbiniekiem ir – ''Vai darba kolektīvs ir kaut kā ietekmējis respondenta domāšanu/motivāciju?'' 71% atbildēja pozitīvi un ka jūtas motivēti esot starp motivētiem cilvēkiem, 6,5% jā, novērtēju sevi daudz augstāk kā agrāk, 6,4% min, ka varbūt, 9,7% nezina, 6,5% atbildēja, ka nē.



5.att. Pēc Jūsu domām, vai darba kolektīvs ir kaut kā ietekmējis Jūsu domāšanu/motivāciju? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Vēl svarīgs rādītājs par uzņēmumu ir tas, ka 93,3% atbildēja, ka uzticas savam darba devējam un 6,7%, jeb divi respondenti, vienkārši nezin, neviens nav atbildējis nē.



6.att. Vai Jūs uzticaties savam darba devējam? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

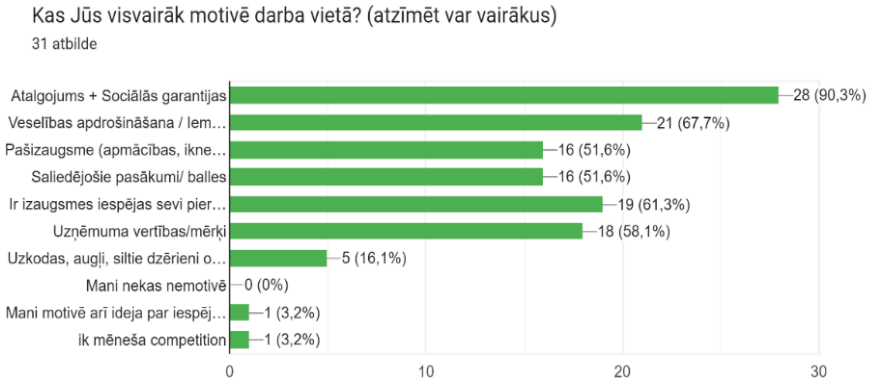
Tika noskaidrots, ka 90,3% piekrīt, ka darbinieki ir uzņēmuma vērtība, 6,5% nezina un 3,2%, jeb 1 respondents nepiekrīt, ka darbinieki ir uzņēmuma vērtība.

7.att. Pēc Jūsu domām, darbinieki ir uzņēmuma vērtība? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautājumā par atalgojumu 87% (+ viedoklis "Objektīvi vērtējot, iespējams, ka, nē; subjektīvi jā") uzskata, ka saņem pietiekami lielu atalgojumu par savu darbu, 12,8% (4) min, ka vienmēr gribas vairāk.

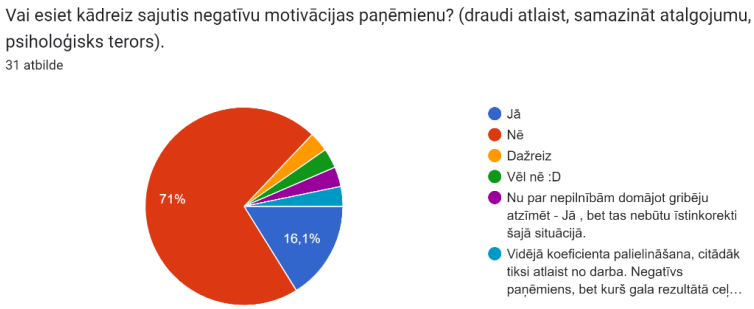
8.att. Vai Jūs uzskatat, ka saņemat pietiekami lielu atalgojumu par savu darbu? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Nākamajā jautājumā respondentiem bija jāatzīmē, kuri no uzņēmuma piedāvātajiem labumiem viņus motivē visvairāk.



9.att. Kas Jūs visvairāk motivē darba vietā? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Nākamais jautājums ir par negatīvajiem motivācijas paņēmieniem, ko mēdz izmantot darba vietās. Lai arī 71% respondenti atbildēja, ka nav saskārušies ar negatīviem motivācijas paņēmieniem, 16% atzīmēja, ka ir saskārušies. Lai arī tas ir neliels skaits darbinieku, nevienam darbiniekam nevajadzētu sava darba vietā saskarties ar ko tādu.



10.att. Vai esiet kādreiz sajutis negatīvu motivācijas paņēmienu? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēdējais jautājums ir vai darbiniekiem ir pietiekams darba – personīgās dzīves līdzsvars. 58,1% atbildēja, ka viss ir līdzsvarā. 16,1% vēlētos īsāku darba laiku. Pārējie respondenti dalījās ar plašāku viedokli, ka piemēram, ‘’klibo pašdisciplīna’’, ‘’jāmāk nodalīt darbs un personīgā dzīve’’, pats izvēlos ielikt vairāk darba stundas’’.

11.att. Kādas ir Jūsu domas par darba un personīgās dzīves līdzsvaru? (Avots: Autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

Ņemot vērā minēto Maslova piramīdu, INDEXO nodrošina tādus punktu kā:

- - drošība - 93,3% atbildēja, ka uzticas savam darba devējam, uzņēmums nodrošina veselības apdrošināšanu, netiek izmantoti negatīvie motivācijas paņēmieni.
- - sociālās vajadzības – vairāk kā puse atbildēja, ka personīgā dzīve ir līdzsarā ar darbu (kas nozīmētu, ka pietiek laika arī savai ģimenei ārpuss darba laika), kolektīvā ir daudzpusējs atbalsts, kolektīvs ir draudzīgs, kas nozīmē, ka ir arī laba komunikācija un iespējams izveidojušās jaunas draudzības.
- - sociālā atzinība – kolektīvā ir iespēja izpaust viedokli un to arī nebaidās darīt.
- - pašīstenošanās – pēc autoru domām, šis ir viens no svarīgākajām punktiem ko saviem darbiniekiem nodrošina INDEXO. Pēc intervijas, autori secināja, ka uzņēmums piedāvā daudzpusīgas apmācības un vadītāji individuāli piestrādā pie katra darbinieka kam tas ir nepieciešams.

Autori uzsata, ka izvirzītā hipotēze, ka izmantojot dažādus motivēšanas instrumentus IPAS ‘’INDEXO’’ vadībai iespējams paaugstināt darba ražīgumu un darbinieku atbildību par savu darbu, ir apstiprinājusies.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Maslow, A.H. (1943). Hierarchy of needs: a theory of human motivation. *Psychological Review, 50(4),* 370–396. https://doi.org/10.1037/h0054346

Rigacomm.com (n.d.) Maslova piramīda. Elektroniskais resurss [skatīts 21.03.2023.]. Pieejams: https://rigacomm.com/lv/darbinieku-labsajuta-nepieciesamiba-cina-par-talantiem/

Tracy, B. (2013). *Motivation: The Key to Accomplishments*. Amacom

Kristīne Šķibuste. ORGANIZĀCIJAS PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS SISTĒMAS EFEKTIVITĀTES IZVĒRTĒJUMS. VAI PERSONĀLA MOTIVĀCIJAS SISTĒMA JŪSU UZŅĒMUMĀ IR EFEKTĪVA?

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: kristine.skibuste@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA., docente Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pētījums tika veikts par tēmu – Darbinieku motivēšanas instrumenti kreditēšanas (zvanu centra) organizācijā. Raksts, kas tika izvēlēts pētījumam ir mūsdienās aktuāls, jo vienmēr ir bijis jautājums – kā motivēt darbiniekus, lai sasniegtu augstākus rezultātus? Ikviens vēlās saņemt sev ērtākos darba apstākļus, kas ir gan darbinieks vēlās motivāciju, lai darītu vairāk, gan darba devējam, lai nāktu lielāka peļņu un uzņēmums varētu attīstīties uz priekšu.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis bija salīdzināt, cik ļoti darba vadītājs cenšas motivēt darbiniekus un kā tas notiek balstoties uz rakstu. Izanalizēt raksta populārākās metodes, kas ir ieteikts – kā pareizi rīkoties, ko būtu nepieciešams ievērot vai ņemt vērā vadītājam savā darbā. Kā arī ar raksta palīdzību saprast cik personāla motivācijas sistēma ir efektīva esošajā organizācijā.

Pētījuma metodes: Pētījuma metodēs tika izmantota intervija ar vadītāju. Kā arī ar konkrētas organizācijas darbinieku anketēšanu.

Atslēgas vārdi: motivācija; rezultāts; peļņa; metode.

Ievads

Ikvienā darba vietā ir nepieciešama darbinieku motivēšana, lai sasniegtu augstākus mērķus un attīstītu uzņēmumu augstākā līmenī. Mūsdienās jautājums – kā pareizi motivēt darbiniekus, lai viņi strādātu vēl labāk, ir ļoti aktuāls. Galvenais pētījuma mērķis bija saprast, kādas metodes tiek izmantotas finanšu nozares darbā, darbinieku motivēšanai un apmierināšanai, lai tiktu darīts vēl vairāk. Kā arī redzēt, vai darbinieki ir apmierināti ar esošo darbu, sistēmu un bonusiem, ko piedāvā darba vieta. Pētījuma metodē tika intervēta viena uzņēmuma vadītāja un 30 darbinieki no dažādām nozarēm (vienas darba vietas), kas bija IT speciālisti, finanšu konsultanti, pārdošanas speciālisti un datu apstrādes darbinieki. Pētījuma rezultāti parādīja, ka lielākā daļa ir apmierināti ar esošajiem darba nosacījumiem, kas ir alga; darba laiks; apdrošināšana; piemaksas u.t.m.l. Taču daži vēlētos papildus motivēšanas metodes – kas būtu, piem., darbinieku saliedēšanās pasākumi, lielākas izaugsmes iespējas, iespējas attīstīt zināšanas noteiktajā sfērā.

1.att. Motivācija un pašmotivācija vadītājiem (Blog.lursoft.lv, 2023)

Analītiskais apskats

Raksta autors sniedz vairākas metodes kā stimulēt darbinieku darbu, kā izprast, vai ir nepieciešami uzlabojumi darba vietā. Kā arī parāda aprēķinus pēc kuriem var izvērtēt peļņu, darbinieku atdevi un koeficentus, vidējos darba rādītājus, pēc kā tad darba devējs var vadīties, lai saprastu, vai viņa uzņēmums ir augošs vai tieši otrādāk ir nepieciešami uzlabojumi.

Rakstā arī ir vairāki piemēri no citiem darbiem, kur ir veikti pētījumi no dažādām nozarēm darba motivēšanā un stimulēšanā. Kā piemēru, var minēt darba piemaksas, kas arī ir noteiktas darba likumā - Darbiniekam, kas pie viena un tā paša darba devēja līdztekus nolīgtajam pamatdarbam veic papildu darbu, ir tiesības saņemt atbilstošu piemaksu par šāda darba veikšanu.[1]

Pētījumu metodoloģija

Tika izmantotas divas pētījumu metodes, kas bija – vadītāja intervēšana un 30 darbinieku anketēšana. No vadītāja intervēšanas tika iegūta informācija par vadītāja iespējām motivēt un atalgot darbiniekus, kā arī kāda ir ietekme uz komandu. Jautājumi tika ņemti no raksta - https://tahobaza.ru/lv/ocenka-effektivnosti-sistemy-motivacii-personala-organizacii/ . No darbinieku anketēšanas tika iegūti rezultāti par darba vietas efektivitāti, vai viss apmierina no darba vietas, saņemtā atalgojuma, prēmijām, plusiem, ko sniedz darbs un kādi būtu ieteikumi, lai vēl vairāk uzlabotu uzņēmuma vidi un kādus papildus stimulus vajadzētu priekš darba uzlabošanas. Intervija kā arī aptauja tika veikta anonīmi, neizbaužot – vārdu, vecumu un dzimumu – lai intervētāji būtu patiesāki un sniegtu precīzākas atbildes.

[1] https://likumi.lv/ta/id/26019-darba-likums

2.att. Darbinieku prasījumi (Mkd.gov.lv, 2023)

Pētījuma rezultāti

Intervijas jautājumi darba vadītājam

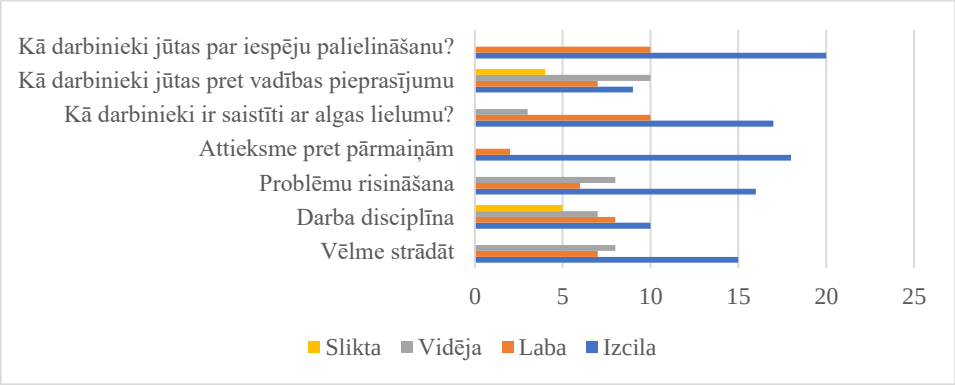
1. Cik ilgi Jūs strādājat šajā uzņēmumā?
2. Vai Jūs patstāvīgi varat izrakstīt prēmijas darbiniekiem?
3. Vai darbinieks var tikt sodīts par viņa rīkojuma neizpildīšanu? Ja atbilde ir jā, tad kādi ir visbiežākie soda veidi?
4. Vai Jūs varat aizrādīt darbiniekam, nepakļaujot riskam tikt atlaistam?
5. Vai Jūs varat lūgt darbiniekam veikt ārkārtas situācijā veikt vadītāja pienākumus, nepārrunājot viņa samaksas nosacījumus, un tajā pašā laikā būt pārliecinātam, ka darbs tiks izpildīts?

Atbildes uz intervijas jautājumiem

1. Šajā uzņēmumā es strādāju jau 3 gadus, taču pats uzņēmums darbojas jau no 2017.gada. Šajā nozarē esmu jau 5 gadus, iepriekš strādāju līdzīgā firmā. Par cik vēlējos izaugsmes iespējas un kāpt pa karjēras kāpnēm, tad izvelējos par labu šim uzņēmumam un nevienā brīdī to nenožēloju. Esmu darbaholiķis un šeit katru dienu nāku ar jaunu enerģijas lādiņu un pozitīvam domām.
2. Ikviens darbinieks, kurš sasniedz izvirzītās prasības var saņemt prēmiju, kas ir mūsu bonusu sistēma. Esot darbā 80% no prasītā laika un ietirgojot vismaz minimālo ietirgojumu, ikviens var saņemt piemaksu, kas būs 100%. Neierodoties darbā vairāk kā 80%, piemaksa samazinās uz pusi, taču nesasniedzot individuālo mēneša plānu, piemaksa netiek izmaksāta. Prēmija, kas būtu īpašos gadījumos izmaksāta, man ir jāapspriež ar galveno uzņēmuma direktoru un jāsaņem viņa piekrišana.
3. Darbinieks var tikt sodīts, tas var būt ar brīdinājumu vai aizrādījumu. Bet tādēļ mums ir šāda piemaksu sistēma, kas ir kā motivācija darbiniekam strādāt, jo no tā būs atkarīga viņa paša alga. Atkarīgs ir no darbinieka, vai viņš vēlās strādāt un pelnīt izdzīvošanai vai dzīvošanai.
4. Esmu darbaholiķis, tāpēc darbu es ļoti mīlu un vēlos, lai arī apkārtējie ir tādi. Savā komandā es vēlos cilvēkus, kas ir gatavi izaicinājumiem, nebaidās no stresa situācijām un kopā grib augt un attīstīties. Man nav iemesla baidīties palikt bez kāda darbinieka, jo vietā var nākt labāks un motivētāks.

5. Man ir divi darbinieki savā komandā, kam varu uzticēties. Esmu vecāks, tādēļ bieži nākās dodies ātrāk no darba prom un zinu, ka varu nodot savus darbus, kas ir atskaites nodošana vakarā vai pieņemt klienta zvanus, vai sakārtot sistēmu darba dienas beigās, varu uzticēt diviem darbiniekiem. Es darbā pieņemu tikai cilvēkus, kam uzticos, jo mums ir konkurenti, kā ikvienā darba vietā un ir jābūt vērīgiem un modriem. Redzot, ka varu uzticēt savus pienākumus kādam no saviem darbiniekiem, tas dod tikai plusu viņiem, nākotnes izaugsmei.

Darbinieku anketēšana



3.att. Viena uzņēmuma darbinieku aptaujas apkopojums

Secinājumi

Gan intervijas jautājumi, gan aptaujas jautājumi tika ņemti no raksta https://tahobaza.ru/lv/ocenka-effektivnosti-sistemy-motivacii-personala-organizacii/ , lai saprastu, cik liela ietekme ir darba vadītājam uz komandu un kāds ir darbinieku skatījums uz darba nosacījumiem un kādi ir viņu ieteikumi.

Apkopojot uzņēmuma vadītāja sniegtās atbildes uz intervijas jautājumiem, var saprast, ka vadītājam ir liela ietekme uz savu komandu, ir pieņemti vairāki veidi kā stimulēt darbiniekus un motivēt uz labākiem rezultātiem, kas ir bonusu sistēma, lai stimulētu uz piemaksām ir noteikts, ka darbā jābūt vismaz 80%, arī ja ir slimības lapa, atvaļinājums vai vienkārši brīvdienas. Materiālajās vērtībās, kā, piemēram, prēmijas vai papildus atalgojums par papildus pienākumiem ir minimāls, tas vairāk tiek uzskatīts kā motivācija iegūt augstāku amatu.

Aptaujāto darbinieku rezultātos var secināt, ka lielākā daļa ir apmierināti ar esošajiem darba pienākumiem, peļņu, darba kārtību un attieksmi no darba devēju puses. Atbildes sliecas uz efektīvu rādītāju, kas liecina, ka darba stimuls un motivācijas sistēma darbojas efektīvi un tur nebūtu lielas nepieciešamības neko mainīt.

Darbinieki, kas atbildēja ar vidēju vai sliktu novērtējumu, ieteiktu – papildus ārpus darba pasākumus, labāko darbinieku apbalvošanu, iespēju apmaksāt kursus darba kvalitātes uzlabošanai.

Darbinieki, kuri novērtējumu izteica uz izcili vai labi, komentēja, ka ir apmierināti ar esošo darba kārtību, viņiem patīk apmācības, kas tiek pasniegtas labākai komunikācijai ar klientiem, piemaksu sistēma, darba transportu ceļu izmaksas, ko sedz darbs un citi bonusi, ko pēc iepriekšējās pieredzes minot, daudzas citas darba vietas nespēja nodrošināt.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Blog.lursoft.lv (2023). *Motivācija un pašmotivācija vadītājiem*. Elektroniskais resurss [skatīts 26.04.2023.]. Pieejams: https://blog.lursoft.lv/2015/11/17/motivacija-un-pasmotivacija-vaditajiem/

Darba likums (spēkā esošs, 01.06.2022.). Latvijas Vēstnesis, 150, 06.07.2001. [skatīts 26.04.2023]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/26019-darba-likums

Fondeco.ru (2023*). Personāla motivācija: galvenie veidi un metodes. Personāla motivācijas sistēma.* Elektroniskais resurss [skatīts 26.04.2023] Pieejams: https://fondeco.ru/lv/motivaciya-personala-osnovnye-vidy-i-metody-sistema-motivacii/

Mkd.gov.lv (2023). *Darbinieku prasījumi.* Elektroniskais resurss [skatīts 26.04.2023] Pieejams: https://www.mkd.gov.lv/lv/darbinieku-prasijumi?utm_source=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

Tahobaza.ru (2023). *Organizācijas personāla motivācijas sistēmas efektivitātes izvērtējums. Vai personāla motivācijas sistēma jūsu uzņēmumā ir efektīva?* Elektroniskais resurss [skatīts 01.04.2023.] Pieejams: https://tahobaza.ru/lv/ocenka-effektivnosti-sistemy-motivacii-personala-organizacii/

Līga Jevdokimova. STRESA VADĪŠANA TIRDZNIECĪBAS NOZARĒ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Vadības zinības"

E-pasts: l.dalbina@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA., docente Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Stresa vadīšana tirdzniecības nozarē. Īslaicīgs un neliels stress palīdz darbiniekam mobilizēties, tas var pat darboties kā dzinulis, taču ilgstošs stress darbavietā nelabvēlīgi ietekmē strādājošo garīgo un fizisko veselību. Pasliktinās darbinieku darbaspējas un darba mūža ilgums, kas savukārt rada papildu slogu ekonomikai. Stress ir būtiska darba drošības un veselības problēma ap 80% Eiropas uzņēmumu, tomēr tikai retajā ir ieviestas speciālas procedūras, kas ļautu novērst ar darbu saistīto stresu.

Pētījuma mērķis: Izpētīt un gūt priekšstatu par stresa vadīšanu tirdzniecības nozarē, izstrādāt priekšlikumus stresa vadīšanas uzlabošanai.

Pētījuma metodes: Darba izpildes laikā tika pielietotas šādas pētījuma metodes: literatūras un datu izpēte un analīze, speciālā datu vākšanas metode - aptaujas veikšana.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti tiks apskatīti rakstā.

Atslēgas vārdi: stresa vadīšana; stresa menedžments; psihoemocionālā labklājība; stress; stresa pārvarēšanas metodes.

Ievads

Bieži vien mūsu garastāvokli mēdz ietekmēt no rīta dzirdēta slikta laika prognoze un darbā ierodamies sliktā garastāvoklī, kas neizbēgami novedīs pie saspīlētām situācijām. Nav iespējams kontrolēt laikapstākļus, taču ir iespējams mainīt attieksmi. Dzīve un darba vide bez stresa un konfliktiem nav iedomājama, taču jāskatās uz to pozitīvi, jo mēs varam kontrolēt tikai savas emocijas. Ir jākrāj dažādas stresa situācijas, lai tās izvērtētu un veidotu attīstības kustību. Savā pētījumā darba autore vēlējās noskaidrot un detalizētāk izpētīt stresa ietekmi uz darbiniekiem un stresa vadīšanu tirdzniecības nozarē.

Aptuveni puse Eiropas darbinieku uzskata, ka stress ir bieži sastopama parādība darba vietā, turklāt stress ir cēlonis aptuveni 50 % no kavētajām darba dienām. Bieži trūkst pareizas izpratnes par stresu, vai arī tas tiek uzskatīts par kaut ko apkaunojošu. Tomēr, ja psihosociālos riskus un stresu uztver kā visas organizācijas problēmu, nevis atsevišķa darbinieka trūkumu, tad tos var pārvaldīt tikpat labi kā citus veselības aizsardzības un drošības riskus darba vietā (CVmarket.lv, 2016).

Pētījuma darba mērķis ir izpētīt un izanalizēt stresa rašanās iemeslus darba vietās, kā arī stresa vadīšanas paņēmienus, kurus izmanto, lai mazinātu stresu darba vietā. Izstrādājot pētījuma darbu, tika izmantotas šādas pētījuma metodes: literatūras, pieejamo pētījumu un datu izpēte un analīze, anketēšanu veikšana.

Darba autore sava pētījuma mērķa sasniegšanai izvirzīja šādus uzdevumus: izpētīt un izanalizēt pieejamo informāciju par stresa vadīšanu darba vietās, stresu tirdzniecības nozarē; veikt esošo pētījumu analīzi; aptaujāt tirdzniecības nozares pārstāvjus par stresu, tā cēloņiem un mazināšanas iespējām darba

vietā. Darba autore izstrādājot pētījuma darbu, izmantoja šādas pētījuma metodes: literatūras un esošo pētījumu analīze; statistikas datu analīze; aptauja.

Darba izstrādes gaitā tika izpētīti publiski pieejamie esošie pētījumi, kuri ļauj izprast esošo situāciju Latvijā un Eiropas Savienībā. Ļauj analizēt, kāds ir Latvijas dažādu ekspertu redzējums un vērtējums par stresu un stresa vadīšanu. Veiktajā aptauja ļāva precīzāk izprast tirdzniecības pārstāvju redzējumu, izpratni un viedokli par stresa cēloņiem, pieejamajiem rīkiem tā mazināšanai. Aptauja ļāva izprast, vai tirdzniecības nozarē strādājošie strādā stresa apstākļos, kā rīkojas un mazina stresu darba vietā.

Analītiskais apskats

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 ekonomisko labklājību (Osha.europa.eu, 2023). Jēdzienu "stress" pirmais sāka lietot kanādiešu fiziologs Hanss Selje, skaidrojot to kā organisma nespecifisku reakciju, reakcija ir vienāda neatkarīgi no stresora veida, uz veselībai bīstamu situāciju. Tāpēc stress tiek sauks arī par vispārējo adaptācijas sindromu. Stresu dinamikā pieņemts dalīt trijās fāzēs: trauksmes reakcija; pretestības fāze; izsīkums (resursu iztērēšana). Pirmās divas fāzes secīgi atspoguļo organisma aizsardzības spēku mobilizāciju un tā pielāgošanos stresoram – kairinātājam gan iekšējam, gan ārējam. Abas pirmās stadijas sauc par "veselīgo stresu" (eistresu) vai fizioloģisko stresu, bez kura nav iedomājama cilvēka dzīve. Šajās pirmajās stresa fāzēs cilvēks stresu var izjust nevis kā negatīvu parādību, bet kā izaicinājumu, kura uzveikšanai ir jāmobilizē savi spēki. Arī organisma fizioloģiskās reakcijas stresa pirmajās fāzēs palīdz organismam mobilizēties un koncentrēt spēku. Stress nelielās devās ir nepieciešams katram cilvēkam, jo tas nodrošina to, ka varam veikt savus ikdienas pienākumus. Trešā stresa fāze ir saistīta ar organisma spēku rezervju iztērēšanu, un to sauc par patoloģisko (kaitīgo) stresu jeb distres (RSU, 2017)

Psihosociālo risku pamatā ir nepietiekama darba plānošana, organizācija un pārvaldība, kā arī slikti sociālie apstākļi darbā, kas var psiholoģiskā, fiziskā un sociālā ziņā nelabvēlīgi ietekmēt darbiniekus, izraisot, piemēram, stresu darbā, profesionālo izdegšanu vai depresiju. Daži no darba apstākļiem, kas rada psihosociālos riskus, ir šādi:

- 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;
- psiholoģiskā un/vai seksuālā uzmākšanās, trešās personas vardarbība.

Apsverot darba prasības, svarīgi ir nejaukt tādus psihosociālos riskus kā pārmērīgu darba slodzi ar apstākļiem, kuros pastāv veicinoša darba vide, kurā darbinieki ir pietiekami apmācīti un motivēti strādāt ar pilnu atdevi, kaut arī jāstrādā aktīvi un reizēm jāpārvar zināmas grūtības. Laba psihosociālā vide uzlabo darba efektivitāti un personīgo pilnveidi, kā arī darbinieku garīgo un fizisko labklājību. Darbinieki izjūt stresu, ja darba prasības ir nesamērīgas un lielākas nekā viņu spēja tikt ar tām galā. Ja darbinieki ilgstoši cieš no stresa, viņiem var rasties ne vien garīgās veselības traucējumi, bet arī smagi

fiziskās veselības traucējumi, piemēram, sirds un asinsvadu slimības, vai arī balsta un kustību aparāta slimības. (Osha.europa.eu, 2023).

Stress nelabvēlīgi ietekmē organizācijas tādā veidā, ka, piemēram, samazinās kopējā uzņēmējdarbības efektivitāte, palielinās darba kavējumu skaits, darbā ierodas aizvien vairāk darbinieku, kuri slimo un nespēj pienācīgi veikt savus darba pienākumus, kā arī pieaug negadījumu un ievainojumu skaits. Stresa dēļ darbinieki mēdz kavēt darbu ilgāk nekā citu iemeslu dēļ, un stress darbā var biežāk veicināt priekšlaicīgu pensionēšanos. Psihosociālais risks, ar kuru salīdzinoši visbiežāk saskaras uzņēmumu un iestāžu darbinieki, ir laika trūkums, darbs ar sarežģītiem klientiem, pacientiem, skolēniem utt., problēmas vadības un darbinieku attiecībās, nespēja ietekmēt sava darba organizāciju, slikta komunikācija starp vadību un darbiniekiem, garas vai neregulāras darba stundas un neskaidra cilvēkresursu politika. (Osha.europa.eu, 2023).

Diezgan svarīgs stresa rašanās aspekts bija pandēmijas sākums, kad gandrīz katram piektajam Latvijas iedzīvotājam, mainījās darba pienākumi vai amats, lielākā daļa no viņiem pienākumu izmaiņas uztvēruši ar sapratni un turpinājuši darbu uzņēmumā, bet bija arī tādi darbinieki, kas nespēja pielāgoties izmaiņām, par ko liecina *Tele2* un *Norstat* aptauja. Visbiežāk ar pienākumu vai pat darbavietas maiņu saskārušās sievietes vecumā no 18 līdz 34 gadiem (Diena.lv, 2021).

Aptaujā noskaidrots, ka galvenās trīs lietas, kas satrauca darbiniekus, ir:

- Kā panākt darba un privātās dzīves līdzsvaru;
- Vai Covid-19 krīze neietekmēs paša darbavietu un iespēju strādāt;
- Treškārt, kā atrast motivāciju strādāt.

Pandēmijas laiks pamatīgi mainīja darba vidi faktiski visos Latvijas uzņēmumos. Tas ir saistīts ar darba pienākumu izmaiņām, strādāšanu attālināti, intensitāti u. c. darba aspektiem. Skatoties uz pētījumu datiem, satraucoši ir tas, ka tikai pusei no darbiniekiem, kuriem mainījušies amata pienākumi, tika nodrošinātas pienācīgas apmācības, lai kvalitatīvi varētu veikt jaunos darba pienākumus. Tas samazina ne tikai motivāciju strādāt, bet var arī būtiski ietekmēt darbinieku mainību. Tikmēr Kantar veikts pētījums atklāj, ka stress, kas saistīts tieši ar ikdienas darba pienākumu izpildi, satrauc vairumu jeb 75% strādājošo (Diena.lv, 2021).

Covid-19 pandēmijas ierobežojumi, kas noteica dažādus ierobežojumus tirdzniecībā, uzlika informēšanas slogu tirgotājiem un pakalpojumu sniedzējiem, pircējiem pielāgošanās izaicinājumus, bet visām pusēm tas prasīja emocionālo noturību. Tirgotāji un pakalpojumu sniedzēji apzinīgi ieviesa gan obligātās, gan ieteicamās drošās tirdzniecības prasības, savukārt pircēji tika aicināti šīs prasības ievērot, kā arī būt saprotošiem un cilvēcīgiem pret tirdzniecības vietu darbiniekiem. Tirgotāji apzinīgi ievieš drošas tirdzniecības noteikumus un uzņemas komunikāciju ar sabiedrību, piemēram, skaidrojot konkrētās tirdzniecības vietas apmeklētāju skaitu un citus ierobežojumus. Saprotams, ka sabiedrība bija nogurusi no ierobežojumiem, kā rezultātā tirgotāji un pakalpojumu sniedzēji Covid-19 pandēmijas laikā nereti saskaras ar klientu neizpratni, aizkaitinājumu un trauksmi. Ierobežojumi skāra ne tikai tirdzniecību, bet arī socializēšanos, bija liegta radinieku tikšanās vai klātienes kopā būšana draugu lokā. Kādu laiku pārtikas veikali, aptiekas, optikas veikali, grāmatnīcas bija vienīgās vietas, kur dažiem bijusi iespēja sarunām un saskarsmei. Cilvēku kopējais noskaņojums pazeminājās, stresa līmenis paaugstinājās, kā rezultātā paši nespējām dažbrīd tikt gala ar savām iekšējām sajūtām, tāpēc centāmies tās izlādēt uz apkārtējiem, kuri ikdienā sastopami, pārdevējiem, konsultantiem, farmaceitiem, administratoriem vai arī apsardzes darbiniekiem, kuri tikai izpilda un palīdz ievērot visas drošās tirdzniecības prasības. (Drošs Paliek Drošs, 2023).

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma laikā tika pielietotas šādas datu ieguves metodes: sekundāro datu analīze, esošo pētījumu analīze, aptaujas veikšana. Aptaujas mērķis bija noskaidrot tirdzniecības pārstāvju, proti, tieši tirdzniecības iestāžu vadītāju viedokli par stresu darba vietā, stresa vadīšanu, stresa situācijās, kā arī kādas ir iespējas mazināt stresu darba vietā, akcentējot jautājumus par pandēmijas ietekmi uz darbiniekiem, kā kara darbība Ukrainā un Ukrainas bēgļu ierašanās ir ietekmējusi darba vidi. Aptaujā tika uzrunāti 3 dažādu tirdzniecības vietu vadītāji, veikala vadītāja veikalā Maxima X, veikala vadītāja veikalā Drogas, un veikala vadītāja veikalā FixPrice. Veikala vadītājām tika uzdoti 11 atvērta tipa jautājumi, ar iespējām izteikt viedokli.

Pētījuma laikā tika pielietota aprakstošā un secinošā datu apstrādes metode. Pētījuma periods bija no 2023. gada februāris – aprīlis. Periods 15.-26. marts. Pētāmo datu periods 2016.-2023. gads.

Pētījuma rezultāti

Uz jautājumiem, cik ilgi strādājat attiecīgā uzņēmuma amatā, vai jums ir skaidrs, kādas ir Jūsu atbildības un uzdevumi darba vietā, vai Jums ir pietiekami daudz laika, lai paveiktu savus darba uzdevumus un pilnvērtīgi izmantot atpūtas brīdi, vai Jums ir jeb kad bijis jāstrādā pārāk ilgi un pārāk daudz, un kā tas ietekmēja jūsu veselību un labsajūtu, visas veikala vadītājas atbildēja, ka esošajos amatos jau ir vairāk kā 3 gadus. Maxima veikala vadītāja 6 gadus, Drogas vadītāja 12 gadus un FixPrice vadītāja 4 gadus, un šo gadu laikā ir izpratušas kā jāstrādā, kādi ir veicamie pienākumi, kādi ir galvenie uzdevumi un uzņēmuma mērķi. Savu darbu ikdienā spēj paveikt laikus, un bieži nav jāsaskaras ar problēmām, vai stresa raisošiem faktoriem. Kaut gan Maximas veikala vadītāja norāda, ka svētku laiks, garākas brīvdienas dažkārt izraisa situācijas, kad šķiet, ka nepietiek laiks visu veicamo darbu paveikšanai, kā piemēru minot, ka nepietiks laiks pieņemt visu preci līdz darba dienas beigām, un šis uzdevums būs jādeleģē, kādam citam, kas rada stresu un neziņu, vai tas tiks izdarīts, vai tomēr nē, un vai prece tiks izlikta laikus, ja netiks, to nenopirks, un nāksies norakstīt, kas radīs mīnusus veikala ienākumos. Un šādas situācijas tieši paasinoties, kad tuvojas svētki, vai bērnu brīvlaiki, jo strādājošie vecāki var paņemt "pēkšņas" slimības lapas. Pēc darba autores domām, šis varētu liecināt par nekorekti deleģētiem darba uzdevumiem, un iespējamu neuzticību saviem darbiniekiem no vadītājas puses, kas atkal rada slogu tieši vadītājas ikdienā, radot slogu, tas rada stresu, kas var ietekmēt darba kvalitāti.

Vai Jūs uzskatāt, ka Jums ir pietiekami daudz zināšanu un resursu, lai pārvaldītu stresu darba vietā, vai uzņēmumā tiek veikti pasākumi, lai mazinātu stresu darba vietā, piemēram, elastīgi darba laiki vai darba vietā pieejamie resursi, lai samazinātu darba slodzi, vai Jums ir iespēja runāt ar kādu par savu stresu un saņemt atbalstu no vadības vai citiem kolēģiem?

Sniedzot atbildes uz šiem jautājumiem, darba autore novēroja minstināšanos, neziņu un neizpratni no vadītāju puses. Gan veikala Drogas, gan veikala FixPrice vadītājas norādīja, ka veikalos ir izstrādātas vadlīnijas un ir noteikti standarti, kā rīkoties, ja ir ārkārtas situācijas veikalā, kā rīkoties, lai uzlabotu darba vidi kolektīvā, kā rīkoties, lai darbinieki justos labi, un nesaskata īpašu stresu no darbinieku puses, un nesaskata vajadzību pēc speciāliem pasākumiem vai rīkiem. Veikala Maxima vadītāja norādīja, ka regulāri ir apmācības par dažādām aktuālām tēmām, kā arī par labsajūtu kolektīvā un par to, ka mazināt dažādus cēloņus, lai nerastos negatīva noskaņa kolektīvā, kā strādāt problēmsituācijās un ar problemātiskiem klientiem, tā pat norādīja, ka ļoti lielu atbalstu saņemot no savas tiešās priekšnieces, reģionālās vadītājas, viņa palīdzot, uzklausot un iesakot kā rīkoties dažādās situācijās. Darba autore uzskata, ka šie aspekti varētu liecināt par to, ka esošajos veikalos pastāv rīki, kas palīdz mazināt stresu,

ir mentori, ir pieejami materiāli, lai attīstītu savas prasmes un palīdzētu kolēģiem. Iespējams veikalos Drogas un FixPrice veikala vadītājas nesaskata, vai negrib saskatīt problēmsituācijas, kas rada stresu kolektīva vidē, un attiecīgi darbiniekos.

Visplašākās diskusijas ar visām trim veikala vadītājām izvērsās tieši jautājumos par tēmām, kas saistītas ar Covid-19 pandēmiju un kara darbību Ukrainā un migrantu ienākšanu Latvijas darba tirgū. Kā mainījās ikdiena pandēmijas laikā? Vai novērojāt stresa palielināšanos, izmaiņas darba ikdienā, labsajūtas maiņu darba vidē u.t.t?

Maxima veikala vadītāja izklāstīja, ka pandēmija radīja ļoti lielu neizpratni un stresu kopumā visos veikalos, bija daudzi veikali, kuros nevarēja ieiet, vai vajadzēja stāvēt rindās pie veikalu durvīm, cilvēki, proti, klienti bija ļoti neapmierināti, "uzvilkās" par dažādiem sīkumiem, par aizrādījumiem uzlikt masku vai ievērot distanci un nedrūzmēties ejās. Šie agresīvi noskaņotie klienti, kuri domāja, ka tā ir veikala iegriba, radīja arī konfliktus kolektīvā, jo kāds no darbiniekiem nemācēja pieklājīgi atbildēt, vai pārāk emocionāli uztvēra klientu izteikumus, tas radīja stresu viņu darba ikdienā. Veikala Drogas vadītāja minēja, ka ļoti liels satraukums kolektīvā bija vērojams, kad darbiniekiem nācās izlemt veikt vakcīnu un palikt darbā, vai neveikt to un atvadīties no darba, jo uzņēmumā tika noteikts, ka strādāt varēs tikai vakcinēti darbinieki. Šis radīja stresu netikai darbinieku vidū, bet arī pašai vadītājai, jo tas uzlika papildus slogu, jaunu darbinieku meklēšanā, apmācīšanā, kā arī radīja slogu pārējiem darbiniekiem, kuriem īslaicīgi bija jāaizvieto trūkstošie darbinieki. Arī FixPrice vadītāja nenoliedz, ka pandēmijas laiks, bija ļoti smags, gandrīz, ka sākt strādāt no jauna, jo viss visiem bija nezināms un viņa, kā vadītāja nespēja sevi pasniegt, kā līderi kolektīvā, kas parādīs priekšā, kas un kā jādara, nespēja kontrolēt situāciju rada bezspēcības sajūtu un iekšēju stresa sajūtu.

Vai un kā ir mainījusies ikdiena Jūsu veikalā pēc notikumiem, kas saistīti ar karu Ukrainā, bēgļu imigrēšanu uz Latviju?

"Karš, imigranti un papildus izrādītās darba vietas nāca kā jauns izaicinājums, nepaspēji ne atkopties no pandēmijas un ierobežojumu sekām, kā jau pasauli satracināja jauni pārdzīvojumi un nespēja tik ātri pārslēgties, radīja stresa situācijas. Mēs nebijām tam gatavi, šobrīd atkal ir jāveic izmaiņas darbā, jāveic izmaiņas slodzēs, jārīko un jāizdomā jaunas iespējas, kā palīdzēt un nodarbināt imigrantus, šis ir kas jauns un nesaprotams.": stāsta FixPrice veikala vadītāja. "Pie mums diezgan draudzīgi uzņēma visus imigrantus, uzņēmuma vadība bija izstrādājusi īpašas vadlīnijas imigrantu uzņemšanai kolektīvā, apmācībām un pārējā darba ievades procesā. Tādēļ strādāt bija viegli no tehniskās puses, iespējams grūtākais, bija noturēt pozitīvu gaisotni esošajā situācijā, nevienu neaizskarot un neradot situācijas, kad atšķiras viedokļi darbinieku vidū.": stāsta veikala Drogas vadītāja. "Ir grūti pielāgoties, kam tādam. Mūsu veikalos, lielāko stresu radīja nevis tas, ka varētu pieteikties imigranti strādāt, bet gan vairāk stress radās esošajos darbiniekos, baidoties, ka pastāv risks, ka viņiem var uzteikt darbu, un imigrantus sāka vērtēt, kā konkurentus. Esošie darbinieki sāka satraukties, ka ņemot vērā, ka šobrīd ir pietiekoši liels potenciālo darbinieku skaits, viņus var vieglāk atbrīvot, ja tie neierodas darbā, vai veic savu darbu pavirši. Līdz šim šīs bailes bija mazākais, kas viņus satrauca, jo tā kā veikals atrodas ārpus Rīgas, tad mazākās pilsētiņas darbiniekus atrast ir grūtāk.": stāsta veikala Maxima vadītāja.

Pēc darba autores domām, visas veikala vadītājas šos krasos pārmaiņu laikus ir pārdzīvojušas dažādi un, lai arī cik pieredzējis Tu nebūtu ir grūti strādāt, kad ikdienas dzīve vairs nav ikdiena, un katru dienu ir jābūt gatavam saskarties ar dažādām grūtībām un tavā darba dienā noteikti būs kāds nezināmais "X" ar kuru ir jāsadzīvo, vai jāiemācas strādāt. Stress tirdzniecībā ietekmē daudzus, kā arī tas rodas daudzu faktoru ietekmē, ne tikai darbinieku, vadītājas vai klientu ietekmē, bet visām šīm iesaistītajām pusēm savstarpēji mijiedarbojoties. Stresa vadīšana ir process ar kuru ir jāprot strādāt, un ja Tu ar stresu strādā, Tev jāprot būt emocionāli noturīgam.

Secinājumi

Pēc pētījuma veikšanas darba autore izstrādāja šādus secinājumus:

— Neliels stress darba vidē, ko rada jauni izaicinājumi, nav kaitīgs, bet pat noderīgs, jo liek mobilizēt fiziskos un intelektuālos spēkus, ļauj ātrāk atrisināt sarežģītus uzdevumus un palielina darba produktivitāti. Turpretī ilgstošs stress var radīt nopietnas veselības problēmas, negatīvi ietekmēt darba rezultātu un attiecības ar kolēģiem, un tā galastacija ir izdegšanas sindroms, kas veicina paviršu attieksmi pret darbu.

— Tirdzniecības nozarē strādājošajiem būtu nepieciešamas padziļinātākas apmācības un papildu rīki stresa mazināšanai, jo esošie rīki ir vispārīgi un nav konkrēti vērsti uz noteiktām specifikācijām, tādām, kā, piemēram, darbs ar imigrantiem. Ne visos veikalos vadība izveido paplašinātus palīgmateriālus darbam ar šādiem cilvēkiem, šis būtu virziens, kurš ir jāpaplašina.

— Ir jāakcentē, katrs darbinieks, kā indivīds, un galvenā nozīme ir dažādu spēju, zināšanu un prasmju paaugstināšana un pilnveidošana, jo tieši to trūkums var būtiski ietekmēt stresa attīstību. Darbiniekiem ir jāiemācās saprast, kad viņš vienkārši ir pārstrādājies un nogursi, jo bija intensīva diena, un, kad viņu ir pārņēmis stress, kuru viņš neprot atpazīt.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

CVmarket.lv (2016). *Kas rada stresu darba vietā un kā to mazināt?* Elektroniskais resurss [skatīts 11.04.2023]. Pieejams: https://www.cvmarket.lv/karjeras-centrs/rakstu-arhivs/kas-rada-stresu-darba-vieta-un-ka-to-mazinat

Diena.lv (2021). *Pienākumi un stress.* Elektroniskais resurss [skatīts 09.04.2023] Pieejams: https://www.diena.lv/raksts/uznemeja-diena/karjera/pienakumi-un-stress-14272780

Drošs Paliek Drošs (2023). *Ar tirdzniecības ierobežojumiem saistīto stresu izjūt ne tikai pircēji, bet arī tirgotāji un pakalpojuma sniedzēji*. Elektroniskais resurss [skatīts 11.04.2023] Pieejams: https://drosspaliekdross.lv/news/ar-tirdzniecibas-ierobezojumiem-saistito-stresu-izjut-ne-tikai-pirceji-bet-ari-tirgotaji-un-pakalpojumu-sniedzeji/

Osha.europa.eu (2023). *Psihosociālie riski un stress darbā*. Elektroniskais resurss [skatīts 09.04.2023] Pieejams: https://osha.europa.eu/lv/themes/psychosocial-risks-and-stress

Rīgas Stradiņa universitāte (RSU) (2017). *Darba drošības un vides veselības institūts*.

Strādā Vesels (2023). *Stress darba vietās*. Elektroniskais resurss [skatīts 09.04.2023] Pieejams: http://stradavesels.lv/Uploads/2018/03/05/328_2017_Atgadne_stress_darba_vietas.pdf

Swedbank (2023). *Stress darbavietā: kas to izraisa un kā tikt galā?* Elektroniskais resurss [skatīts 11.04.2023] Pieejams: https://biznesam.swedbank.lv/ievads/izaugsme/stress-darbavieta-52797