STUDĒJOŠO ZINĀTNISKI PĒTNIECISKO RAKSTU KRĀJUMS

Sējums 4

VADĪBZINĪBAS

Riga 2018

Studējošo zinātniski pētniecisko rakstu krājums, 2018(4)

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 raksti, kas tika iesniegti uz **Studentu starptautisko zinātniski praktisko konferenci „Studējošo pētnieciskā darbība: teorija un prakse'2018"**.

Sējumā ir iekļauti raksti, kuros ir atspoguļoti veikto pētījumu rezultāti vadības zinību jomā.

Rakstu krājuma galvenā redaktore:

Jeļena Titko / Ekonomikas un kultūras augstskola

Rakstu krājuma redaktori:

Oksana Lentjušenkova / Ekonomikas un kultūras augstskola

Staņislavs Keišs / Ekonomikas un kultūras augstskola

Inga Šīna / Ekonomikas un kultūras augstskola

Vita Zariņa / Ekonomikas un kultūras augstskola

Larisa Turuševa / Ekonomikas un kultūras augstskola

Liene Brāle / Ekonomikas un kultūras augstskola

Inga Brasla / Ekonomikas un kultūras augstskola

Marina Kamenecka-Usova / Ekonomikas un kultūras augstskola

Vita Stiģe-Škuškovnika / Alberta koledža

Armands Kalniņš / Alberta koledža

Kaspars Šteinbergs / Alberta koledža

Marta Kontiņa / Alberta koledža

Ivars Čivčišs / Alberta koledža

Olga Čivžele / Alberta koledža

Jurijs Radionovs / Ekonomikas un kultūras augstskola

Nataļja Verina / Ekonomikas un kultūras augstskola

Tehniskā redaktore: Dina Kristiņa

© Ekonomikas un kultūras augstskola, 2018

© Alberta koledža, 2018

Izdevējs:

Ekonomikas un kultūras augstskola

Lomonosova 1/5, Rīga, LV1019, Latvija

SATURS

VADĪBZINĪBAS 4

Jānis Zaķis. VADĪBAS STILU NOVĒRTĒŠANA VAIRUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 5

Aldis Salgrāvis. KOMUNIKĀCIJAS IETEKME TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMA DARBĀ 9

Daiga Šlesere. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS UN STRESA NOVĒRŠANAS METODES MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 14

Ilze Timuka, Inese Šovaljeva. STRESA IETEKME UZ PARĀDU PIEDZIŅAS UZŅĒMUMA DARBINIEKIEM 20

Agnese Štikāne[1], Elizabete Zvejniece[2]. DARBA AIZSARDZĪBA TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ 25

Sintija Juška. KLIENTU APMIERINĀTĪBU IETEKMĒJOŠIE FAKTORI GRAUDKOPĪBAS NOZARES UZŅĒMUMOS 30

Anastasija Starceva. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS PROFILAKSE PAKALPOJUMU UZŅĒMUMĀ 35

Inese Mjadeļeca. MOBINGS UN TĀ NOVĒRŠANAS IESPĒJAS VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒ 41

Evija Lintere. DARBA DEVĒJU PRASĪBAS PERSONĀLA SPECIĀLISTU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM 47

Ilva Ivaškina[1], Diāna Maļceva[2]. DARBA DEVĒJA PRASĪBAS GRĀMATVEŽU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM 53

Madara Reinholde, Sanita Arule. DARBA DEVĒJU PRASĪBAS GRĀMATVEŽU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM (PROFESIJAS STANDARTA ATBILSTĪBA DARBA DEVĒJU PRASĪBĀM) 58

Oksana Smirnova. ORGANIZĀCIJAS KAPITĀLA BŪTĪBA UN STRUKTŪRA 63

Dagmāra Levkāne. KORPORATĪVĀ SOCIĀLĀ ATBILDĪBA ĒDINĀŠANAS NOZARES UZŅĒMUMOS 68

Anete Pučeta. KRITĒRIJI SOCIĀLĀS UZŅĒMĒJDARBĪBAS IDENTIFICĒŠANAI 73

Irina Konstantinova. NORMATĪVO AKTU IETEKME UZ KORPORATĪVO SOCIĀLO ATBILDĪBU LATVIJĀ 78

Sanda Auziņa. LATVIJAS PĀRTIKAS RAŽOTĀJU ĀRĒJĀS TIRDZNIECĪBAS NOVĒRTĒJUMS 89

Kristīne Kazerovska. LATVIJAS ĶĪMISKO MAISĪJUMU UN KOSMĒTIKAS LĪDZEKĻU RAŽOTĀJU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS E-KOMERCIJĀ 95

Kristīne Kazerovska. INTELEKTUĀLĀ ĪPAŠUMA AIZSARDZĪBA VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒS 99

VADĪBZINĪBAS

Jānis Zaķis. VADĪBAS STILU NOVĒRTĒŠANA VAIRUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta Koledža, Uzņēmējdarbība: Mazo uzņēmumu ekonomika un organizācija, janis.zakis@yahoo.com

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec., Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Pamatojoties uz uzņēmuma specifiku, ir ļoti svarīgi, lai darbinieki būtu profesionāli un kompetenti vairumtirdzniecības uzņēmumā. Lai to sasniegtu, ir vajadzīgi kompetenti un spēcīgi vadītāji. Bez kompetentiem vadītājiem var zust komandas sajūta un trūkt motivācijas, kas ir ļoti vajadzīga tirdzniecības uzņēmumos, jo darbinieki visu laiku nodarbojas ar tirdzniecību, kurai ir vajadzīga nemitīga motivācija.

Pētījuma mērķis: izvērtēt esošos vadības stilus teorētiski un praktiski, izsecināt, kurš vai kuri vadības stili ir dominējošie attiecīgajā uzņēmumā, lai vairāk spētu izprast vadības rīcības, vieglāk pielāgoties esošajai sistēmai un ar aptaujas palīdzību, izprast, kādus vadības stilus izmanto konkrētais uzņēmums, lai ieteiktu uzlabojumus.

Pētījuma metodes: teorijas analīze, anketēšana, intervija.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā secināt, ka uzņēmums tiek vadīts pielietojot autoratīvo vadības stilu un Izsecinot visus anketas jautājumus un atbildes, varam novērot, ka viedokļi par to kādi vadības stili tiek izmantoti atšķirās, jo darbiniekiem un vadībai viedokļi par to kādus vadības stilus ir jāizmanto un kādi jau tiek izmantoti ir atšķirīgi. Tas redzams tajā, ka vadītāji atbild, ka izmanto demokrātisko bet darbinieki atbild, ka vadībā novēro autoratīvo vadības stilu.

Atslēgas vārdi: Vadība; uzņēmējdarbība; vadības stili

Ievads

Darba autora mērķis ir šajā pētījumā izvērtēt esošos vadības stilus teorētiski un praktiski, izsecināt, kurš vai kuri vadības stili ir dominējošie attiecīgajā uzņēmumā, lai vairāk spētu izprast vadības rīcības, vieglāk pielāgoties esošajai sistēmai un ar aptaujas palīdzību, izprast, kādus vadības stilus izmanto konkrētais uzņēmums lai ieteiktu uzlabojumus.

Lai sasniegto minēto mērķi, darba autori izvirza šādus uzdevumus:

1. Izpētīt teoriju par vadības stiliem.
2. Analizēt vadības stilu veidus, sagatavot analīzes rezultātu apskatu.
3. Veikt aptauju, izmantojot anketēšanas metodi jāapkopo rezultātus un analizēt tos.
4. Veikt interviju ar tirdzniecības direktoru jāapkopo rezultātus un analizēt tos.
5. Analizēt vadības stilus konkrētajā uzņēmumā, formulēt secinājumus un priekšlikumus.
6. Darba autors teorētisko un praktisko informāciju šajā darbā iegūs no interneta resursiem arī grāmtām, 39 uzņēmuma darbinieki (gan vīriešu, gan sieviešu) aptaujas, ikdienā nodarbojas ar mārketingu un pārdošanas grupu vadīšanu. Minētā uzņēmuma darbinieki pārsvarā ir vīrieši, bet ir arī sievietes. (74% vīrieši un 26% sievietes) Kā arī tika veikta intervija.

Vadības stili un ieskats vadītāja personībā

Tieši vadītājs ir tas, kas nosaka, kādam jābūt personālam un akceptē tā veidošanu. Tam, kā un kādas veidosies attiecības starp vadītāju un darbiniekiem, liela nozīme ir vadītāja personībai.

Līderība visbiežāk tiek definēta kā "sociālās ietekmēšanās process, kura laikā līderi panāk pakļauto labprātīgu piedalīšanos darbībā, lai sasniegtu organizācijas mērķus". (Beļčikovs, Praude 1996) Šī sociālā ietekmēšana ietver tālredzību, iedvesmošanu, entuziasmu, mīlestību, uzticību, individualitāti, kaismīgu aizrautību, apsēstību, noteiktību, prasmīgu simbolu izmantošanu, uzmanību pret notikumu attīstību, spēju pamanīt to, ko neredz citi, varoņu veidošanu visos līmeņos, treniņus u.c.

Efektīvi vadītāji koncentrējas nevis uz darba izpildi kā tādu, bet uz gala rezultātu – uz ieguldījumu. [Efektīvs vadītājs]

Par vadītāju cilvēks var kļūt savu rakstura izpausmju dēļ, ko nosaka personības faktoru dispozīcija, vai arī apstākļu spiediena ietekmē. Daudzās organizācijās ir raksturīgi par vadītāju izvirzīt cilvēku, kas starp kolēģiem ir izcilākais savas specialitātes pārstāvis. (Beļčikovs, Praude 1996)

''Ir vairāki vadības stili, kādos pirmšķirīgi līderi vada savas komandas, nodaļas vai pat veselus uzņēmumus. Daži ir nosvērti un cenšas visu izanalizēt, citi turpretī ir harismātiski un seko savai intuīcijai.'' (H. B. Makejs)

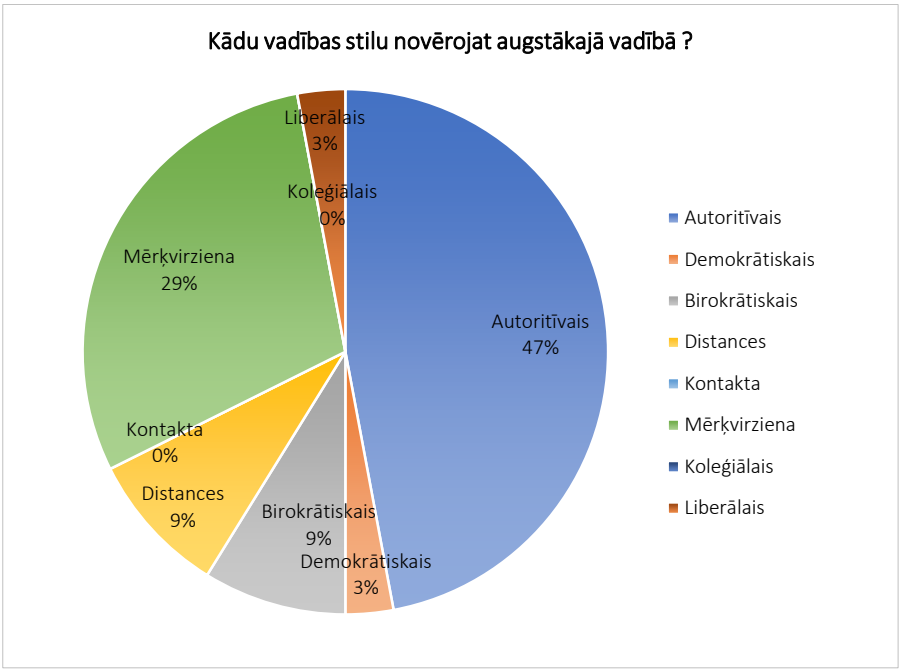
Vadības stils ir paņēmienu kopums, ar kuru palīdzību vadītājs iedarbojas uz padotajiem, lai efektīvi veiktu vadības funkcijas. Vadīšanas stils (šaurākā nozīmē) ir vadītāja darba paņēmienu sistēma, kas izpaužas vadītāja runas manierē, prasmē uzklausīt padoto un māka sagatavot, pieņemt un īstenot lēmumus, lai īstenotu organizācijas vadību. [Vadītāja darba stili]. Vadīšanas stils atkarīgs no vadītāja sociāli psiholoģiskajām īpašībām, vadītāja hierarhijas līmeņa, vadīšanas veidiem un paņēmieniem, konkrētas darbības jomas īpatnībām. Vadīšanas stila veidošanos ietekmē intelekts un vadītāja kultūras līmenis, profesionālās īpašības un temperaments, vadītāja orientācija uz konkrētiem mērķiem. [Efektīvs vadītājs].

Jebkurā organizācijā ir novērojami dažādi vadības stili un dēļ organizāciju veidu skaita un virzieniem ir vajadzīgi vairāki vadības stili, jo ir dažādi organizāciju virzieni un specifika. Visizplatītākais vadības stils ir autoritārais vadības stils, kurš, pēc manām domām, nav visefektīvākais, un lielākajā daļā organizāciju patīkamāku darba vidi un strādāt prieku veidotu tieši demokrātiskais stils, jo tas padotajiem veidotu izteiktu komandas sajūtu un svarīgumu darba vidē.

Rezultāti

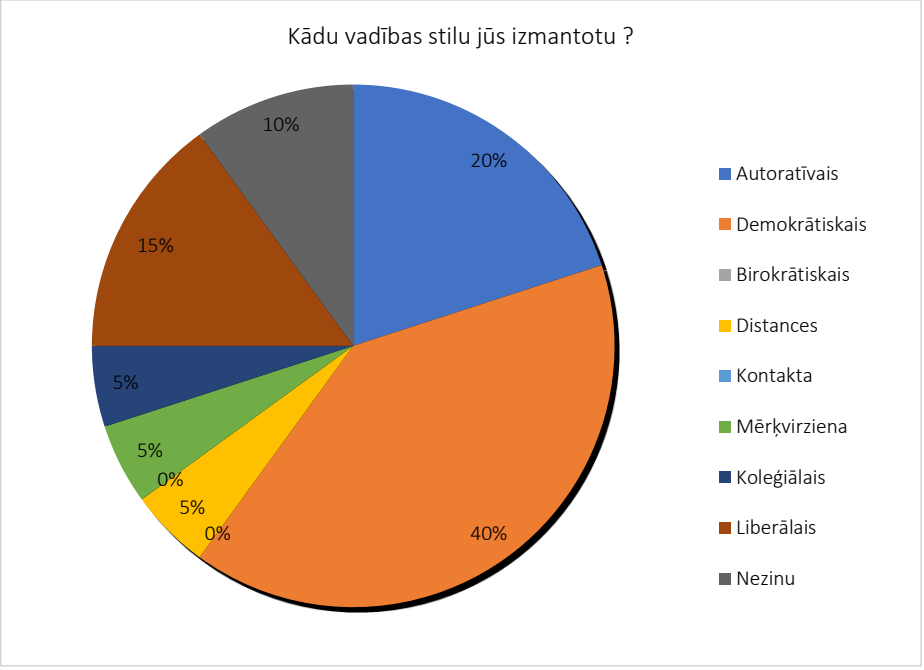
Izveidojot interviju un aptauju, tika iegūti šādi rezultāti un secinājumi:

1. Uz jautājumu ''vai ir grūti būt par vadītāju'', tika saņemta atbilde, ka "grūti ir būt labam vadītājam", kas liek domāt par to, ka strādāt vadošā amatā var jebkurš bet tas ļoti iespējams var arī nebūt efektīvi un visiem apmierinoši.
2. Jautājot kādu vadības stils tiek izmantots, netika sniegta konkrēta atbilde uz visu, jo uz katra jautājuma būtību tiek izmantoti savādāki vadības stili, jo katra situācija prasa savu pieeju pie tās un ņemot vērā, ka tirdzniecības direktora atbildība ir neizmērojama gan finanšu jautājumos, gan cilvēkresursos un citās jomās.
3. Uzdodot jautājumu "Vai jums patiktu jūs pats kā vadītājs sev?" – tika saņemta īsa bet konkrēta atbilde, kurā tika izteikts, ka katrs ir cilvēks, ar savām vājībām un kompānijas noturēšana līmenī prasa pieņemt nepopulārus lēmumus, kas varētu darbiniekus neapmierināt bet dažreiz nav izvēles iespēju.
4. Attēlā nr 1. Parādīts, ka uz jautājumu "kādu vadības stilu novērojat augstākajā vadībā?" 47% atbildējuši ka novērojuši autoratīvo vadības stilu un 29% mērķvirziena, kamēr demokrātiskais un liberālais atzīmēts tikai 3% un koleģiālais vispār nav novērots, no kā var secināt, ka uzņēmums tiek vadīts pielietojot autoratīvo vadības stilu un augstākā vadība necenšas saliedēties ar darbiniekiem un izmanto stingrāko vadīšanas metodi.



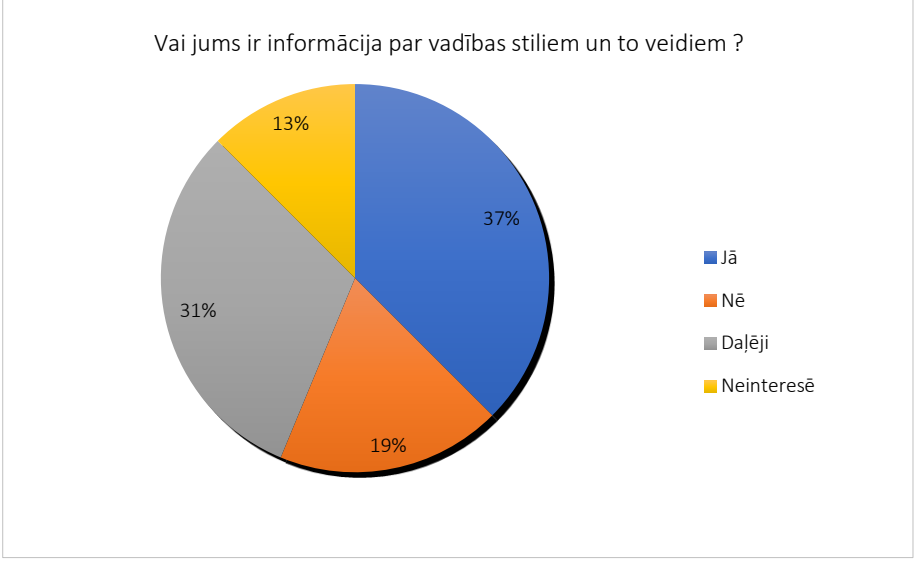
1.att. Respondentu atbildes (Avots: autora veidots, no aptaujas rezultātiem)

2.att. redzamas atbildes, kur atbildējuši uzņēmuma darbinieki kuri nav struktūrvienību vadītāji. 40% no respondentiem izmantotu demokrātisko vadības stilu, kas varētu liecināt, ka aptaujātie pastiprināti vēlas redzēt šādu vadības stilu savā ikdienā.



2.att. Respondentu atbildes (Avots: autora veidots, no aptaujas rezultātiem)

Attēlā nr.3 uzrādīts, ka 37% aptaujāto atbildējuši, ka ir informēti par esošajiem vadības stiliem un to veidiem, kas nozīmē, ka vairāk, nekā puse nav pilnībā informēti par vadības stiliem un to veidiem. 19% atbildēja, ka nav informācijas vispār. Ņemot vērā aptaujāto atbildes, var secināt, ka uzņēmuma darbinieki ir slikti informēti par vadības stiliem un to veidiem.



3. att. Respondentu atbildes (Avots: autora veidots, no aptaujas rezultātiem)

Metodoloģija

Veicot šo darbu, intervijas jautājumi tika sagatavoti rakstiskā formā un atbildes uz tiem tika sniegtas elektroniskā formā, izmantojot e-pastu, aptaujāti 39 uzņēmuma darbinieki. Tika izmantoti interneta resursi un zemāk minētās grāmatas.

Secinājumi

Darba autors pētījuma rezultātā nonāca pie tālāk minētajiem secinājumiem.

1. Vadītājs ir vajadzīgs, lai motivētu un uzklausītu darbiniekus, izklāstītu organizācijas mērķus, motivētu tos sasniegt.
2. Vadītājam ir jābūt vairākām rakstura iezīmēm, lai spētu sasniegt maksimālu organizācijas efektivitāti. Kā piemēram – neatlaidība, izturība un taktiskā domāšana.
3. Ir novērojams, ka darbinieki, kuri paši nav vadītāji, vēlās savādāku pieeju, nekā ir novērojuši šobrīd.
4. Izanalizējot aptauju, autors secina, ka ne visi darbinieki ir informēti un pārzina organizācijas vadības stilus.

Bibliogrāfiskais saraksts

J.Beļčikovs V.Praude (1996) Menedžments. Teorija un prakse Izdevējs. Vaidelote.

Efektīvs vadītājs [Elektroniskais resurss]. Pieejas veids: tīmeklis https://prezi.com/elywzeacb64x/efektivs-vaditajs/

H. B. Makejs (2009) "Kā izdzīvot starp haizivīm" Izdevējs. Zoldnera Izdevniecība

Vadītājs, vadītāju iedalījums, vadītāju prasmes un funkcijas. Vadītāja darba stili, to saistība ar grupas efektivitāti. [Elektroniskais resurss]. Pieejas veids: tīmeklis www.url: http://profizgl.lu.lv/mod/book/view.php?id=23289&chapterid=7091

Aldis Salgrāvis. KOMUNIKĀCIJAS IETEKME TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMA DARBĀ

Alberta koledža, studiju programma „Uzņēmējdarbība", Aldis.salgravis@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Veiksmīga komunikācija, tāpat kā labi ieeļļots mehānisms, uzņēmumam var nodrošināt lielus panākumus un spožu nākotni. Spējai komunicēt, argumentēti pamatot un aizstāvēt savu, sava uzņēmuma viedokli ir liela vērtība. Ņemot vērā pētāmā uzņēmuma darba specifiku, komunikācija ir galvenais instruments lai gūtu panākumus un spētu veiksmīgi attīstīties, līdz ar to pētāmais temats ir aktuāls ne tikai tādēļ, lai noskaidrotu uzņēmuma sasniegumus iekšējā un ārējā komunikācijā, bet arī trūkumus, lai kļūdas varētu izlabot un būtu iespēja konkurēt un uzlabot darbu.

Pētījuma mērķis: veikt teorijas izpēti, izpētīt uzņēmuma SIA „ DSN Latvija" iekšējo un ārējo komunikāciju, kā arī veikt teorētisko un praktisko izpēti par komunikācijas ietekmi tirdzniecības uzņēmumā, lai izstrādātu pilnveides priekšlikumus.

Pētījuma metodes: Veicot pētījumu darba autors izmantoja šādas pētījuma metodes: teorijas izpēti – tika izpētītas grāmatas un dokumenti lai iegūtu informāciju par komunikāciju. Anketēšana – tika anketēti uzņēmuma darbinieki. Intervēšana – tika intervēta uzņēmuma vadība. Loģiski konstruktīvo metodi, Sintēze – tika meklētas kopīgas iezīmes un grafisko metodi – tika izveidoti attēli, tabulas.

Sasniegtie rezultāti: pētījuma laikā tika savākts liels informācijas apjoms, aptaujājot gan uzņēmuma darbiniekus, gan uzņēmuma vadības pārstāvjus. Iegūtie rezultāti apliecināja, ka uzņēmumā ir redzamas pozitīvas iezīmes un, ka tiek domāts par komunikācijas uzlabošanu, bet aptauju un interviju rezultāti atklāja arī to, ka ir pietiekoši nopietnas problēmas, kuras vajadzētu atrisināt. Tika izdarīti secinājumi un izstrādāti pilnveides priekšlikumi.

Atslēgas vārdi: komunikācija; pilnveide; attīstība; informācija.

Ievads

Veiksmīga komunikācija uzņēmumam var nest lielus panākumus un spožu nākotni. Spējai komunicēt, argumentēti pamatot un aizstāvēt savu, sava uzņēmuma viedokli ir zelta vērtība.

Darba ietvaros tika pētīts konkrēts tirdzniecības uzņēmums SIA „DSN Latvija". Uzņēmums nodarbojas ar santehnikas preču un flīžu vairumtirdzniecību. Šis uzņēmums tika izvēlēts, jo darba autors strādā šajā uzņēmumā, un ir iesaistīts uzņēmuma darbībā, kā arī ir informēts par uzņēmumā notiekošo.

Komunikācija uzņēmumā SIA„DSN Latvija" ir ikdienas sastāvdaļa, jo uzņēmums nodarbojas tirdzniecību. Uzņēmuma rezultāti ir atkarīgi no veiksmīgas komunikācijas un tikai pēc tam iespējami produkti, kas tiek pārdoti.

Darba mērķis bija veikt teorijas izpēti, izpētīt uzņēmuma SIA „DSN Latvija" iekšējo un ārējo komunikāciju, kā arī veikt teorētisko un praktisko izpēti par komunikācijas ietekmi tirdzniecības uzņēmumā, lai izstrādātu pilnveides priekšlikumus.

Sākotnēji tika izpētīti komunikācijas teorētiskie aspekti, apskatot komunikācijas jēdzienu, komunikācijas efektivitāti un kļūdas, kā arī tika apskatīti komunikācijas kanāli un komunikācijas veidi organizācijās. Pēc tam darba autors analizēja pētījuma procesā iegūtos datus, lai noskaidrotu darbinieku un darba devēju domas par komunikācijas ietekmi SIA „DSN Latvija" darbā.

Mūsdienās attieksme pret komunikāciju ir ļoti izmainījusies, salīdzinot ar laiku pirms gadiem divdesmit, trīsdesmit un vēl senāku periodu. Komunikācija ir neatņemama arī menedžmenta sastāvdaļa jebkurā uzņēmumā. Nepieciešamība pēc tās izriet jau no pašas organizācijas būtības. Ikvienas organizācijas – uzņēmuma, korporācijas, sabiedrības, valsts vai pašvaldības iestādes darbība sastāv no daudzu procesu mijiedarbības, pastāvīgas informācijas apmaiņas gan organizācijas ietvaros, gan ārpus tās, komunikācijas ar tai svarīgām mērķgrupām, prasmes izskaidrot sabiedrībai savu darbību. [Komunikācijas jēdziens un veidi psiholoģijā. 2014]. Pēc autora domām spēja efektīvi sazināties ir svarīgākā no visām dzīves iemaņām. KIt may also result in poor communication and isn't guaranteed to be immediate.omunikācija veido daļu no mūsu pašu jēdziena, un tā palīdz saprast sevi un citus, risināt problēmas, apgūt jaunas lietas un veidot savu karjeru. Otrkārt, autors uzskata, ka tikai cenšoties uzlabot komunikāciju, var veidot spēcīgu uzņēmumu, kas tirgū nepazudīs, bet turpināsies attīstīties.

Literatūras apskats

Vārdu komunikācija, mūsdienās ir pierasts dzirdēt ļoti bieži, pat nedomājot par tā jēgu. Vārdam, komunikācija, ir tik plaša nozīme, ka tas ir tikpat neaizvietojams, kā vārds ceļasoma vai lietussargs. Šis vārds ietver sevī gan klausīšanos gan runāšanu , gan ļoti daudz ko citu. Šī vārda izcelsme meklējama latīņu darbības vārdā communicaris: sarunāties, dalīties domās, sazināties, sadarboties [Komunikācijas prasmes 2014], tātad var secināt, ka komunikācijai ir neskaitāmas nozīmes un neierobežots pielietojums.

Komunikācijas jēdziens apzīmē kompleksu un daudzpusēju indivīdu saziņas mijiedarbības procesu, kas atkarīgs no dažādiem apstākļiem. Komunikācijas efektivitāte ir efektīva, neefektīva vai pilnīgi neefektīva. Saziņa var būt dažāda veida, formas, un tai ir specifiskas metodes. Jebkurš komunikācijas veids ir cieši saistīts un to raksturo neatdalāmība no citiem. (Komunikācijas jēdziens un veidi psiholoģijā)

Efektīvai komunikācijai ir būtiska nozīme it visur, kur cilvēki nonāk savstarpējā saskarsmē. Laika gaitā iemantotie un praktizētie komunikācijas veidi un kvalitāte nosaka komunikāciju produktivitāti, un ir pamats sekmīgai sadarbībai. (Ivans, Ruskule 2006)

Efektīvas komunikācijas iemaņas:

1. Spēja dzirdēt un redzēt sarunu biedru, saskatīt viņa pamatvērtības, vajadzības un vēlmes;
2. Identificēt saruna biedra patiesās vajadzības un nepieciešamības, to, kas slēpjas zem vainošanas vai sūdzībām;
3. Atšķirt atšķirību starp lūgumu un pieprasījumu (Efektīva komunikācija)

Komunikācija kļūst kļūdaina, ja:

1. Ir kļūdas ziņojumu organizēšanā;
2. Nepareiza ziņojuma saņēmēja uztvere, novērtējums;
3. Ziņojums nav konkrēts;
4. Trūkst atgriezeniskās saites. (Praude 2012)

Komunikācijas procesa mērķi ir informēt, pārliecināt, motivēt, vai arī sasniegt savstarpējo sapratni. Lai cilvēks varētu būt efektīvs komunikācijas procesā, viņam ir jāzina, kā komunikācija veidojas un kā cilvēki uztver ziņojumus. Nepieciešama ir arī izpratne par to, kā cilvēki izmanto informāciju un, iespējams, maina savas attieksmes, viedokļus un darbības. Lielākoties visi komunikāciju modeļi ietver četrus pamatelementus, tātad katram modelim ir: sūtītājs - sūtītājs formulē ideju; vēstījums - noformulētā ideja; kanāls - caur kanālu izplata vēstījumu saņēmējam; saņēmējs - atbild ar sava ziņojuma formulējumu. Atsevišķos gadījumos (asimetriskajam un simetriskajam modelim) ir vēl atgriezeniskā saite - atbilde no saņēmēja sūtītājam. (Lapsa 2002)

Jebkurš uzņēmējs, veidojot savu uzņēmumu, sapņo par lielisku komandu, kas sapratīs viņu no pusvārda, spēs realizēt viņa sapņus un ieceres. (Iekšējā komunikācija uzņēmumā) Lai izveidotu šādu komandu nepietiek tikai ar nozares speciālistiem, bet ir arī nepieciešama pareizi mērķēta komunikācija Katra metode dod cilvēkam iespēju izvēlēties, kā viņš nodos savu vēstījumu un izveidos īpašus komunikācijas stilus dažādiem uztvērējiem.

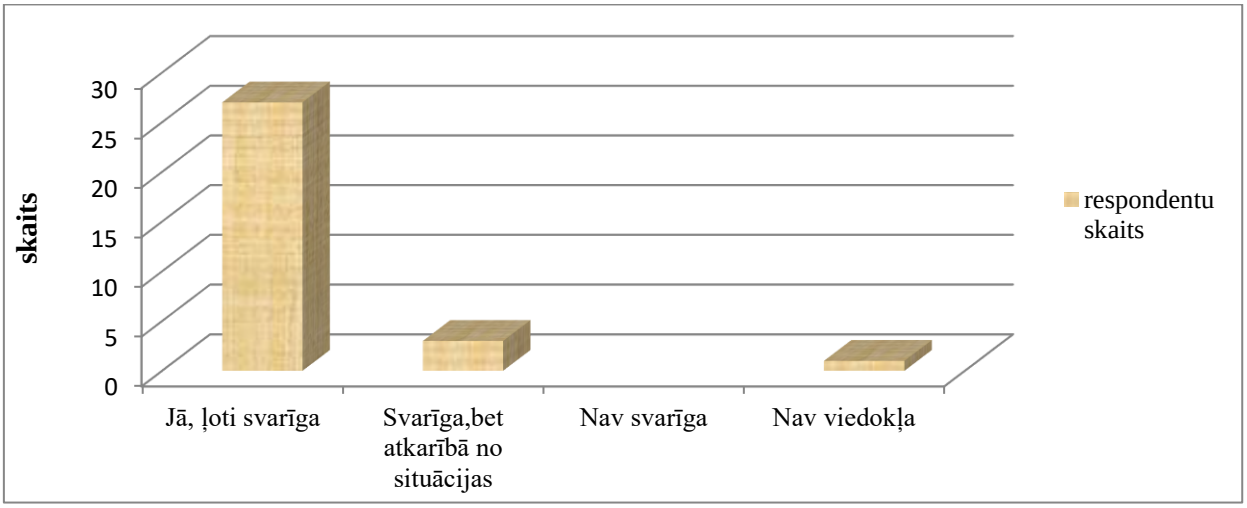
Metodoloģija

Veicot pētījumu darba autors izmantoja šādas pētījuma metodes: teorijas izpēti, anketēšanu, intervēšanu, loģiski konstruktīvo metodi, sintēzi un grafisko metodi. Tika izveidota anketa un intervija, lai iegūtu, pēc iespējas pilnīgāku ieskatu uzņēmuma darbā un veiksmīgāk varētu veikt pētījumu

Tika pētītas grāmatas un dokumenti, kā arī interneta resursi par komunikāciju un tās ietekmi uz uzņēmējdarbību. Veicot pētījumu, tika izmantotas daudzu autoru izdotas grāmatas par attiecīgo tēmu. Kopumā tika izmantoti 29 informācijas avoti. Izmantotie literatūras avoti ir gan latviešu, gan angļu valodā.

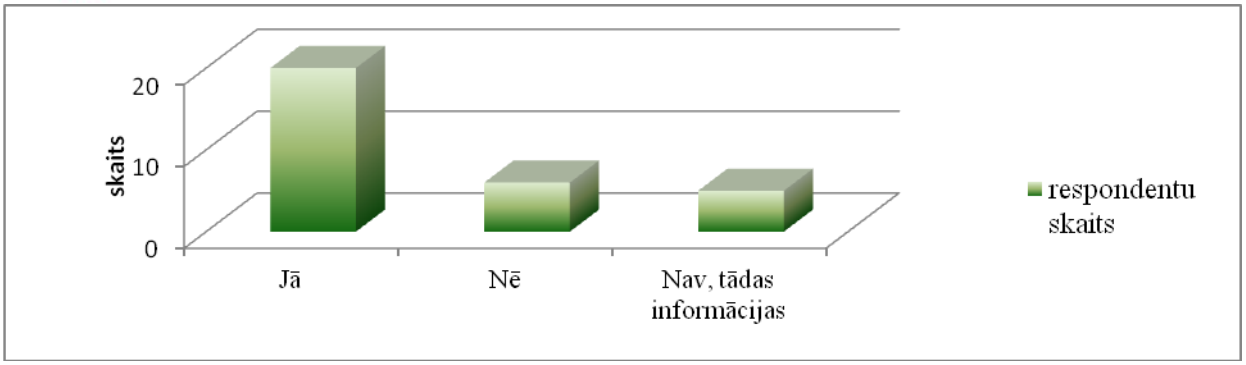
Rezultāti

Pētījuma laikā tika savākts liels informācijas apjoms, aptaujājot gan uzņēmuma darbiniekus, gan uzņēmuma vadības pārstāvjus. Iegūtie rezultāti apliecināja, ka uzņēmumā ir redzamas pozitīvas iezīmes un, ka tiek domāts par komunikācijas uzlabošanu, bet aptauju un interviju rezultāti atklāja arī to, ka ir pietiekoši nopietnas problēmas, kuras vajadzētu atrisināt. Tika izdarīti secinājumi un izstrādāti pilnveides priekšlikumi. Intervija un anketa tika veidota tā lai iegūtu maksimāli godīgas atbildes un varētu ieraudzīt patieso situāciju uzņēmumā. Uz vairākiem jautājumiem tika saņemtas interesantas un negaidītas atbildes. Kā piemēru autors var minēt, ka darbinieki skaidri apzinās komunikācijas svarīgumu uzņēmuma darbā. (sk. 1. att.)



1.att. Komunikācijas svarīgums uzņēmumā SIA „DSN Latvija" (Avots: autora veidots pēc aptaujas anketām)

Tāpat uzņēmuma darbinieki apzinās, ka komunikācijā ar klientiem tiek pieļautas kļūdas. (2. att.)



2.att. SIA „DSN Latvija" pieļauj kļūdas komunikācijā ar klientiem, skaits (Avots: autora veidots pēc aptaujas anketām)

Sarunā ar uzņēmuma vadību atklājās, ka ir atšķirīgi viedokļi par notikumiem uzņēmumā un komunikācijas nozīmi. Kā piemēru var minēt jautājumu par komunikācijas nozīmi uzņēmumā.

Viens no trim aptaujātajiem atbildēja, ka komunikācijai ir izšķirošā nozīme uzņēmumā. Viņaprāt, katrs pateiktais vārds, solījums klientam vai sadarbības partneriem var vai nu radīt milzīgas problēmas, vai arī pacelt uzņēmumu jaunā līmenī. Respondents norādīja, ka vienmēr ir jābūt īpaši piesardzīgam un jāpiedomā, ko cilvēki saka, jo nekad nevar zināt, it īpaši biznesā, kurā brīdi kāds vārds vai frāze var radīt neparedzamas sekas. Pārējie aptaujātie vadītāji norādīja, ka komunikācijai neapšaubāmi ir liela nozīme uzņēmuma darbā, bet tomēr reputācijai un pieredzei ir lielāka nozīme uzņēmuma darbībā. Respondenti norādīja, ka arī nepieredzējušam darbiniekam, ja tas pieļauj kļūdu komunikācijā ar potenciālo klientu vai sadarbības partneri var palīdzēt uzņēmuma reputācija, slava un citu klientu rekomendācijas. Rezumējot iegūto informāciju, var secināt, ka daļa respondentu apzinās komunikācijas nozīmi, un uzskata, ka tai ir izšķiroša nozīme, bet ir respondenti, kuri uzskata citas lietas svarīgākas par komunikāciju.

Interesantas atbildes tika saņemtas uz jautājumu par plusiem un mīnusiem uzņēmuma iekšējā komunikācijā. Respondenti kā galvenos plusus minēja efektivitāti, jo labāka komunikācija, jo efektīvāk uzņēmums spēj darboties un attīstīties un kontroli – viegli izsekot visām darbībām. Ir daži darbinieki kuriem ir pieeja visiem datiem, un tā ir viņu atbildība, lai nepieciešamo informāciju darba vajadzībām iegūtu pārējie darbinieki. Divi no trim aptaujātajiem nespēja atbildēt uz jautājumu par mīnusiem uzņēmuma iekšējā komunikācijā, uzsverot, ka uzņēmumam ir ilggadēja pieredze un, ka uzņēmums ir viens no vadošajiem nozarē. Viens respondents pieminēja, ka nelieli mīnusi iekšējā komunikācijā pastāv, bet tie ir maznozīmīgi un būtiski neietekmē uzņēmuma darbu, tātad var secināt, ka uzņēmuma vadība iekšējā komunikācijā saskata tikai pozitīvas lietas. Viens respondents atzina, ka kļūdas pastāv, bet nevēlējās par tām runāt plašāk, vienīgi piebilda, ka ir runājis ar pārējiem uzņēmuma pārstāvjiem par šīm problēmām.

Secinājumi

1. Komunikācijai ir nozīme ne tikai biznesā, bet arī jebkurā citā dzīves situācijā.
2. Komunikācijas procesa mērķi ir informēt, pārliecināt, motivēt, vai arī sasniegt savstarpējo sapratni.
3. Uzņēmuma darbinieki apzinās komunikācijas ietekmi un nozīmi, līdz ar to ir atvērtāki inovācijām, vai jauniem komunikācijas veidiem.
4. Uzņēmuma vadība nevēlas lielas izmaiņas, līdz ar to darbinieki neizsaka savu viedokli darba jautājumos, un tas kavē iekšējās komunikācijas attīstīšanos.
5. Uzņēmums pieļauj komunikācijas kļūdas, kā domā darbinieki, kaut arī uzņēmuma vadība tam nevēlas piekrist.

6. Sliktas vai neesošas attiecības ar klientiem vai sadarbības partneriem var atjaunot, bet ne vienmēr ieguldītās pūles un laiks atmaksājas, bet pareiza un mērķtiecīga komunikācija ir veids, kā panākt vēlamo rezultātu.
7. Tiek stingri kontrolēta uzņēmuma darbība, un tikai dažiem darbiniekiem ir pieeja visiem datiem, kas var apgrūtināt iekšējo komunikāciju, piemēram, kāda darbinieka atvaļinājuma laikā.
8. Jāsamazina kļūdu skaits, tajā skaitā komunikācijas, lai nedotu konkurentiem priekšrocības un uzlabotu uzņēmuma rezultātus.
9. Nevēlēšanās iedziļināties, nesaprašanās un pārpratumi – galvenie iemesli neprofesionālai komunikācijai.
10. Daļa no uzņēmuma vadības ignorē kolēģu centienus norādīt uz komunikācijas kļūdām, ko var raksturot kā nepilnīgu iekšējo komunikāciju.

Bibliogrāfiskais saraksts

Efektīva komunikācija [Elektroniskais resurss]. Tiešsaistes pakalpojums. Resurss apskatīts 2017. gada 2.novembrī . Pieejas veids: tīmeklis http://wellzone.lv/raksti/2441

Ivans U., Ruskule S. Vadīšanas pamati. Malnava: Latvijas Lauksaimniecības universitāte. Ekonomikas fakultāte. Uzņēmējdarbības un vadības katedra,2006.-502 lpp.

Komunikācijas jēdziens un veidi psiholoģijā[Elektroniskais resurss]-Tiešsaistes pakalpojums.-Resurss apskatīts 2017. gada 13.novembrī .-Pieejas veids: tīmeklis https://hotmedlist.com/lv/notion-and-species-communication-in-psychology/

Komunikācijas prasmes[Elektroniskais resurss]. Tiešsaistes pakalpojums. Resurss apskatīts 2017. gada 13.novembrī. Pieejas veids: tīmeklis http://www.sif.gov.lv/nodevumi/nodevumi/5712/komunikaciju_prasmju_kursi_lekcija.pdf

Lapsa. T. Sabiedriskās attiecības: Ievads teorijā un praksē – Rīga: SIA "Biznesa augstskola Turība", 2002. – 147 lpp.

Praude, V. Menedžments. Trešais pārstrādātais un papildinātais izdevums.- Rīga : Burtene, 2012.-305 lpp.

Daiga Šlesere. STRESA VADĪBAS IESPĒJAS UN STRESA NOVĒRŠANAS METODES MAZUMTIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža, Iestāžu darba organizācija un vadība, daigashlesere@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec., Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmumu darba vietās joprojām galvenā uzmanība tiek veltīta ķīmiskiem, fizikālajiem un mehāniskajiem riska faktoriem, bet organizatoriskie un psihoemocionālie faktori ne vienmēr tiek ņemti vērā. Stress var būt par iemeslu dažādām saslimšanām, un darbinieks, kurš ikdienā saskaras ar patstāvīgu stresu un pārslodzi, nespēj pilnvērtīgi un korekti veikt savus darba pienākumus.

Pētījuma mērķis: Izpētīt teorētiskās nostādnes atbilstoši tematam un uzņēmuma psihosociālā riska pārvaldības procesus (pamatnostādnes), lai sagatavotu priekšlikumus par darba vides stresa novēršanas iespējām uzņēmumā.

Pētījuma metodes: Teorijas un dokumentu analīze, anketēšana, SVID analīze, grafiskā metode, sintēze(rezultātu noteikšanai).

Sasniegtie rezultāti: Visus ar personālu saistītos jautājumus risina struktūrvienības „X" vadītājs, līdz ar to trūkst efektīvas visu virzienu (no augšas uz apakšu, no apakšas uz augšu un horizontāli) komunikācijas. Nav darbinieku aptauju un citu darbinieku viedokļu izzināšanas paņēmienu. Uzņēmuma darbinieku - niknuma uzliesmojumi, agresīva uzvedība, starppersonu konflikti ir saistīti ar neskaidriem darba uzdevumiem, darba slodzi, un tempu, kas savukārt ietekmē darba kvalitāti. Uzņēmumā nav psihosociālo riska pārvaldības procesu, netiek pievērsta uzmanība psiholoģiskajam mikroklimatam, netiek novērstas psihoemocionālās nepilnības darba organizācijā.

Atslēgas vārdi: stress; uzņēmums; darbinieks.

Ievads

Darbs ir vide, kur mēs pavadām lielu daļu sava laika, un tas noteikti ietekmē mūs gan fiziski, gan emocionāli. Stresam, kas rodas no sliktām attiecībām darba vietā, veicamajiem darba pienākumiem, vai neskaidrību par nākotni, kā arī neveiksmīgu attiecību vai ekonomisko problēmu radītais stress, var izpausties visnelabvēlīgākajā veidā. Turklāt darba vidē dažu tās īpatnību dēļ (piemēram, daudzu un dažādu prasību dēļ) var pārvērsties par papildu spiedienu blakus darba prasībām, tādējādi padarot darbinieka psihosociālo stāvokļa kopumu vēl smagāku. Psihoemocionālie riska faktori nekad nav izolēti – gandrīz vienmēr ir novērojama šo stresoru kombinēta iedarbība. Papildus tam ļoti bieži vairāku stresoru iedarbība darba vidē kombinējas ar klasiskiem darba vides riska faktoriem, piemēram, fiziski smagu darbu.

Darba mērķis - izpētīt teorētiskās nostādnes un uzņēmuma psihosociālā riska pārvaldības procesus (pamatnostādnes), lai sagatavotu priekšlikumus par darba vides stresa novēršanas iespējām uzņēmumā.

Stresa jēdziens un sociālās attiecības darbā, stresa riska novērtēšana un mazināšanas iespējas

Mūsdienās sastopamas ļoti daudzas un dažādas stresa definīcijas, jo stress mūsdienās ir ļoti bieži sastopama parādība. Stresu pēta psiholoģijā, fizioloģijā, socioloģijā u.c., un līdz ar to nav vienotas stresa teorijas un jēdziena.

Psiholoģijas vārdnīcā stresa definīcija tiek traktēta sekojoši: „stress – emocionālā reakcija uz nelabvēlīgiem, ekstremāliem apstākļiem". [Breslavs 1999] Citos literatūras avotos šī definīcija ir mazliet plašākā: „stress ir indivīda vispārēja – fizioloģiskā, psiholoģiskā, uzvedības un

saskarsmes atbildes reakcija uz jebkura veida pārslodzi " [Dubkēvičs 2006], kā arī, „stress ir morāla, garīga vai fiziska pārpūle, arī nepietiekama noslodze, nelabvēlīga vide, kurā indivīds var nonākt arī no sevis neatkarīgu apstākļu dēļ. [Forands 2004]

Tātad, stress ir organisma emocionāla reakcija uz apkārt notiekošo *ar dažādiem nelabvēlīgiem ārējiem, kurus pieņemts dēvēt par stresoriem vai stresu radošiem, un iekšējiem faktoriem. Praksē ļoti bieži tiek lietoti arī jēdzieni "psihoemocionālie" vai "psihosociālie" riska faktori.*

Darba apstākļiem jābūt pēc iespējas piemērotākiem cilvēka darba videi un tos patstāvīgi ir jāuzlabo un jāmaina. *Darba stress rada ne tikai veselības traucējumus darbiniekam, bet ietekmē arī uzņēmumu darbību, kā arī ietekmē darbinieku savstarpējās attiecības ikdienā.*

Par sociālo attiecību stresoriem darbā var būt:

1) neapmierinoša līderība;

2) nepietiekams sociālais atbalsts;

3) nav iespēju piedalīties lēmumu pieņemšanā;

4) patstāvības ierobežojumi;

5) diskriminācija.[Reņģe 2007]

Tātad darba stresoru kategorija, kā sociālās attiecības darbā, ir ļoti nozīmīgas, jo sociālās attiecības ir svarīga dzīves sastāvdaļa katram cilvēkam. Nelabvēlīgas sociālās attiecības darbā ir ļoti biežs stresa rašanās iemesls, līdz ar to vadītājiem ir jāuztur darbā pozitīvas sociālās attiecības, lai darbinieks justos apmierināts ar darbu.

Apmierinātība/neapmierinātība darbā rodas atkarībā no tā, kā un cik lielā mērā noteiktas darba īpatnības ir pielāgotas indivīda vēlmēm, centieniem, vajadzībām, cerībām un vērtībām. Savukārt stress rodas veselas procesu virknes rezultātā, veidojoties neatbilstībai starp iekšējām vai ārējām prasībām (vajadzībām, izredzēm utt.) un indivīda spējām šīs prasības apmierināt. Stresa mērīšanā blakus darba īpatnībām pētījumu objekts ir arī pats indivīds. Stresu var mērīt arī pēc objektīviem rādītājiem. Stress ir problēmu kopums, kas var rasties neapzinātos procesos.*[* Psihosociālā darba vide 2010*]*

Latvijā nav normatīvo aktu, kas reglamentētu psihoemocionālo darba vides riska faktoru noteikšanas prasības vai pieļaujamos lielumus, jo šāda normatīvā regulējama izveidošana pēc būtības nav iespējama. Svarīgākais normatīvais dokuments, kurš jāņem vērā, ir MK noteikumi Nr. 660 "Darba vides iekšējās uzraudzības veikšanas kārtība" (pieņemti 02.10.2007.), kur 1. pielikumā ir noteiktas minimālās prasības, kādi psihoemocionālie riska faktori jāizvērtē, veicot darba vides riska novērtējumu.

Pēc darba autores domām daudzus no šiem faktoriem novērtēt ir sarežģīti, un pat neiespējami, jo darbinieki nav pieraduši atklāti runāt par problēmām, un tādus stresorus – kā saspīlētas attiecības darbinieku starpā parasti ievērot ir diezgan grūti. Novērtēšanai var izmantot: piemēram – aptaujas, (darbinieks jūtas ērtāk, sniedzot savu viedokli anonīmā formā), ka arī iespējams aptaujāt gandrīz visus attiecīgajā kolektīvā strādājošos un veikt salīdzinājumus uzņēmuma struktūrvienību starpā, taču anketēšana ir subjektīva vērtējuma metode, kas parāda katra darbinieka domas par konkrēto situāciju, un tā būs atkarīga no katra nodarbinātā noskaņojuma un izpratnes par situāciju.

Metodoloģija

Darba autore veicot zinātniskās literatūras un dokumentu apzināšanu, analizējot atziņu apkopojumus un izvērtējumus izvēlētā temata ietvaros, SVID analīzes rezultātā apzinot uzņēmuma darbinieku psihosociālās darba vides stiprās un vājās puses , iespējas un draudus, izmantojot arī personiskās pieredzes refleksiju, iegūtos datus matemātiski aprēķinot, apkopojot, analizējot un grafiski attēlojot - veica pētījumu, lai noskaidrotu nodarbināto viedokli par stresa

ietekmi uz darba kvalitāti. Iekļaujot anketā saistošos jautājumus, kas ļautu noskaidrot iemeslus, kas darbiniekam izraisa diskomfortu darba vietā, un, vai uzņēmums veic atbalsta pasākumus darbiniekiem stresa līmeņa mazināšanai. Uzņēmuma struktūrvienības „X" struktūru veido 52 darbinieki vecumā no 18 – 70 gadiem, no tiem 33 vīrieši un 19 sievietes.

Pētījumā piedalījās uzņēmuma struktūrvienības „X" darbinieki, pavisam 31 uzņēmuma darbinieks, no tiem 18 vīrieši un 13 sievietes, kuru darba stāžs uzņēmumā ir no 1 mēneša – 2 gadiem.. Pētījums tika veikts no 01.09.2017.- 31.10.2017.

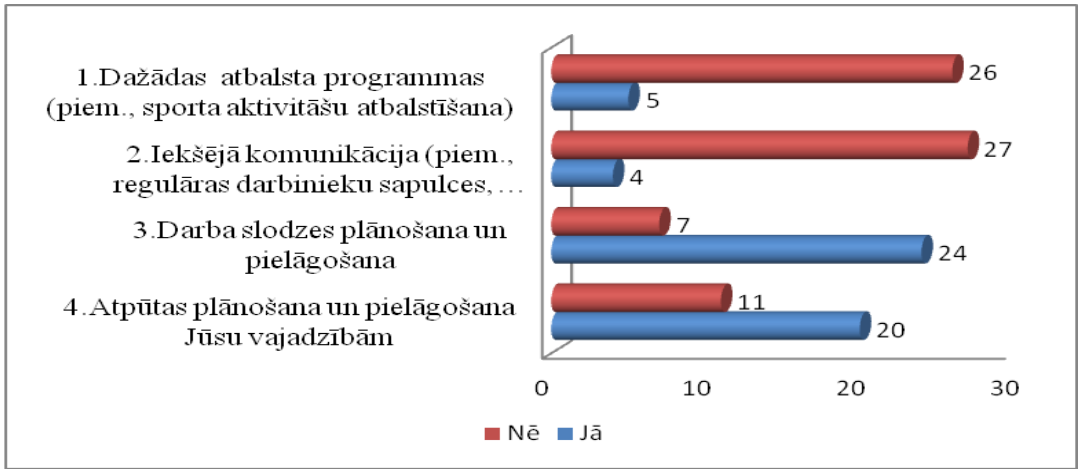
Rezultāti

Veicot pētījumu darba autore secināja, ka uzņēmumā nav personāla vadības struktūrvienības, darbinieku aptauju un citu darbinieku viedokļu izzināšanas paņēmienu, kā arī uzņēmumā ir augsta darbinieku mainība.

Reizi gadā tiek organizētas sporta spēles darbinieku atpūtai, kā arī uzņēmums palīdz un atbalsta (ja darbinieks uzņēmumā nostrādājis vairāk kā 1 gadu) ar: laulību – dāvanu karti 100 eiro apmērā, 40;50;60;70; gadu jubileju – dāvanu karti 100 eiro apmērā, briļļu iegādes izdevumu apmaksu – 70 eiro apmērā (vienu reizi 2 gados) u.c.

Kā redzams 1.attēlā, kur no anketēšanas rezultātiem var secināt, ka uzņēmuma darbinieki nav informēti par šāda veida atbalsta programmām, jo 26 no aptaujātajiem atbildēja – nē, un tikai 5 – jā.

Pēc darba autores domām uzņēmuma vadībai vajadzētu izveidot uzskates materiālu ar uzņēmuma atbalsta programmas iespējām darbiniekiem (piem., informatīvu plakātu), un izvietot darbiniekiem pieejamā vietā (piem., atpūtas telpā).



1.att. Atbalsta pasākumi uzņēmumā (anketas rezultāti: darba autores sastādīts)

Darba autore secināja, ka uzņēmumā nav personāla vadības struktūrvienības. Visus ar personālu saistītos jautājumus risina struktūrvienības „X" vadītājs, līdz ar to trūkst efektīvas visu virzienu (no augšas uz apakšu, no apakšas uz augšu un horizontāli) komunikācijas. Nav darbinieku aptauju un citu darbinieku viedokļu izzināšanas paņēmienu, ko apstiprina anketas rezultāti, jo 27 aptaujātie atbildēja ka uzņēmumā nenotiek sapulces un cita veida komunikācijas pasākumu.

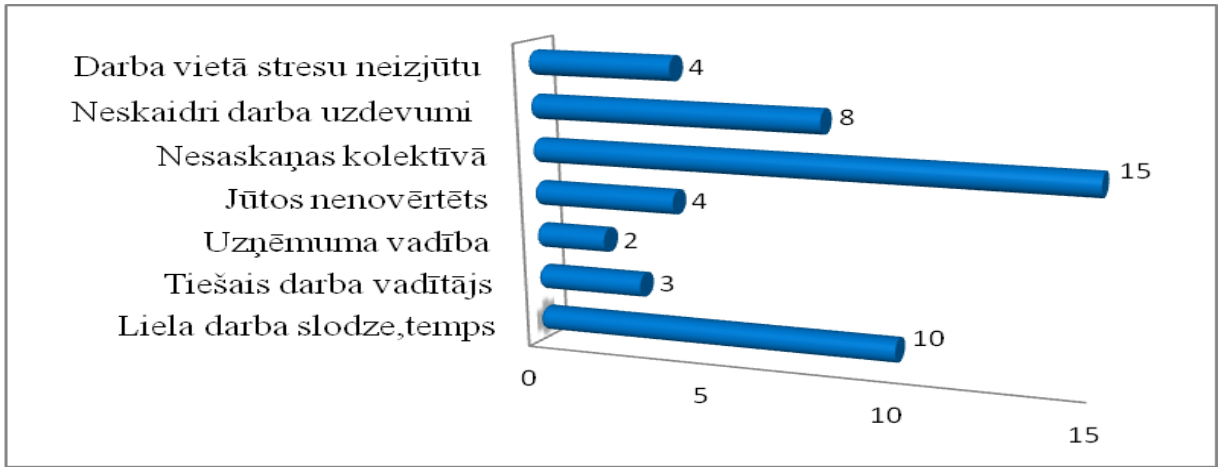
Pēc darba autores domām uzņēmuma vadībai vajadzētu izveidot štata vienību - personāla speciālists, jo uzņēmums nenodrošina nepieciešamos priekšnosacījumus, lai darbinieks būtu informēts piem., par pēdējām izmaiņām likumos vai citos ar darba pienākumu veikšanu saistītos jautājumos.

Veicot anketēšanu darba autore atklāja, ka uzņēmumā ir augsta darbinieku mainība, jo 48% no

aptaujātajiem darbiniekiem uzņēmuma struktūrvienībā „X" strādā 1.- 3.mēnešiem, un tikai 7% ilgāk par 2 gadiem.

Pēc darba autores domām liela darbinieku mainība ir saistīta ar uzņēmuma vadības stilu un iekšējās komunikācijas trūkuma dēļ, kā arī uzņēmumā nav skaidri definēti procesi - darbinieka atbildība un veicamie pienākumi. Kopumā var secināt ka uzņēmumam būtu javeic darbinieku izvērtēšana, atbilstoši ieņemamajam amatam, tādejādi nodrošinot atbilstošus darba pienākumus, jo tas radītu motivāciju strādāt ar lielāku atbildības sajūtu uzlabojot uzņēmuma darbību.

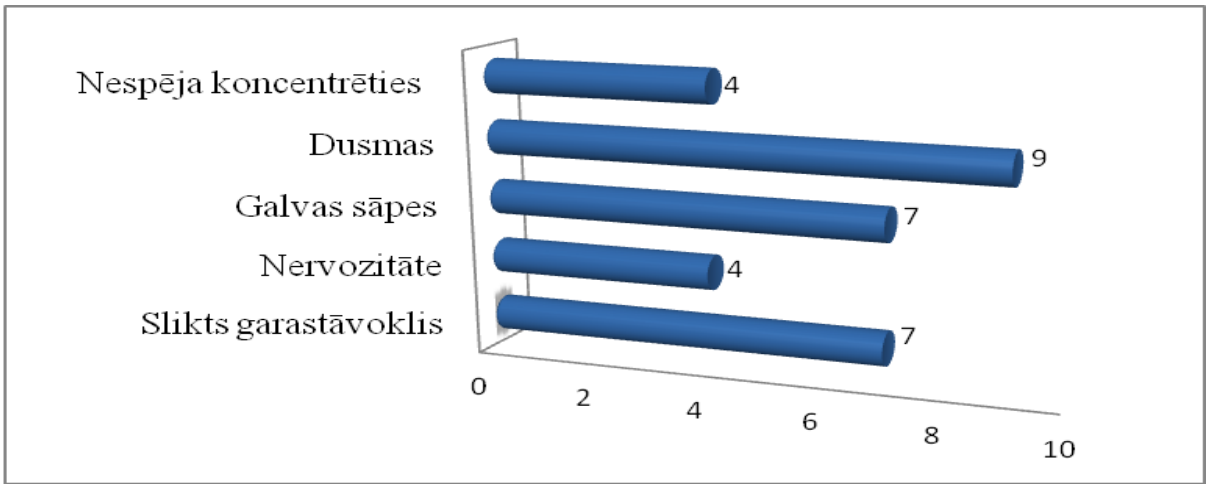
Pēc darba autores domām vēl viens no būtiskiem darbinieku mainības aspektiem ir nesaskaņas kolektīvā, ko pierāda aptaujas rezultāti (skat. 2. att.). Puse no aptaujātajiem minēja šo faktoru kā stresa izraisītāju.



2.att. Stresa izraisītāji (anketas rezultāti: darba autores sastādīts).

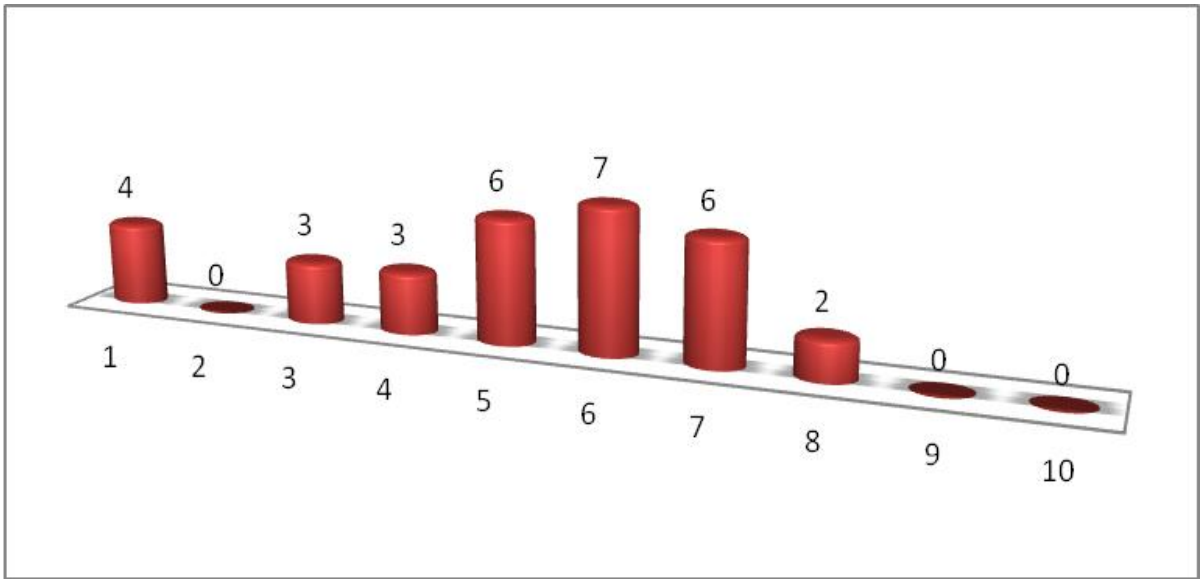
Balstoties uz aptaujas rezultātiem darba autore secināja, ka sociālās attiecības darba vidē var kļūt par stresu izraisošu faktoru, kā arī var darboties kā stresu neitralizējošs faktors.

Veicot aptauju darba autore secināja, ka deviņiem no aptaujātajiem stress darbā izpaužas kā dusmas(skat.3.att.). Dusmas ir negatīvas emocijas , kas saistītas ar nepatiku, nepmierinātību un niknumu pret konkrēta indivīda vai indivīdu grupas darbību. Dusmas izraisa konflikti. Katru dienu apspiestās dusmas un citi pārdzīvojumi uzkrājas organismā un rada emocionālu spriedzi.



3.att. Stresa izpausmes (anketas rezultāti: darba autores sastādīts)

Darba autore secināja, ka uzņēmuma darbinieku - niknuma uzliesmojumi, agresīva uzvedība, starppersonu konflikti ir saistīti ar neskaidriem darba uzdevumiem un darba slodzi, tempu, (skat.2.att), kas savukārt ietekmē darba kvalitāti.(sk. 4.att.) To apstiprina arī aptaujas rezultāti, jo no piedāvātās vērtējuma skalas no 1 – 10, aptaujātie novērtēja savu darba kvalitāti stresa ietekmē ar 7 – 6 darbinieki, ar 6 – 7 darbinieki un ar 5 – 6 uzņēmuma darbinieki.



4.att. Stresa ietekme uz darba kvalitāti (anketas rezultāti : darba autores sastādīts)

Pēc pētījuma rezultātiem var secināt, ka uzņēmuma darbiniekiem, lai mazinātu stresu darba vietā ir nepieciešams :

1) saliedēšanas pasākumi(sapulces,arī neformāli pasākumi);
2) skaidri uzdevumu un pienākumu definēšana;
3) darbinieki vēlas tikt uzklausīti;
4) sakārtota darba vide;
5) komunikācija darbinieka un uzņēmuma vadības līmenī.

Pēc darba autore domām dotais pētījums ļāva saprast kādas problēmas pastāv uzņēmuma struktūrvienības „X" iekšienē, un kādi uzlabojumi ir jāveic, lai uzlabotu psihosociālo darba vidi. Lai arī uzņēmumā ir konkurētspējīgs atalgojums darba tirgū, gan arī darbiniekiem ir attīstības un karjeras veidošanas iespējas, kā arī labiekārtotas un modernas telpas, elastīgs darba laiks, sociālās garantijas, taču pasaulē ir ļoti daudz un dažādu labās prakses piemēru, kā uzņēmumi apzina psihoemocionālā riska klātbūtni uzņēmumā, kā to novērtē, kā arī kādus pasākumus veic, lai samazinātu paaugstināto stresa līmeni darba vietās. Tādējādi ikviens darba devējs var atrast savam uzņēmumam piemērotāko.

Secinājumi

Izanalizējot uzņēmuma struktūrvienības „X" darbinieku psihosociālo darba vidi atbilstoši kursa darba tematam, var secināt, ka darba mērķis ir sasniegts un uzdevumi izpildīti. Nozīmīgākie secinājumi ir:

1. Darba vides psihoemocionālos riska faktorus nekad nebūs iespējams novērst pilnībā, tomēr, tos savlaicīgi identificējot, kā arī plānojot pārdomātus un atbilstošus preventīvos pasākumus, psihoemocionālo riska faktoru līmeni var mazināt;
2. Pozitīvs vai negatīvs, stress cilvēkam ir nepieciešams, jo tas strādā kā virzītājspēks, mobilizē darbam, palīdz adaptēties, vairo enerģiju;
3. Uzņēmumos, kuros nepievērš uzmanību stresa cēloņu novēršanai, ir liela darbinieku mainība, bieži darba kavējumi slimības dēļ, kā arī savstarpējo attiecību pasliktināšanās;
4. Uzņēmumā nav psihosociālo riska pārvaldības procesu, netiek pievērsta uzmanība psiholoģiskajam mikroklimatam, netiek novērstas psihoemocionālās nepilnības darba organizācijā (struktūrvienības vadītājs atteicās no intervijas, jo viņam neesot informācijas par šādiem procesiem uzņēmumā, kā arī viņš nepārzinot šos jautājumus).
5. Uzņēmuma darbinieku - niknuma uzliesmojumi, agresīva uzvedība, starppersonu konflikti ir saistīti ar neskaidriem darba uzdevumiem.

Bibliogrāfiskais saraksts

Breslavs G., Psiholoģijas vārdnīca., Rīga: Apgāds Mācību grāmata, 1999.

Dubkēvičs L., Saskarsme audzēkņiem., Rīga: Jumava, 2006.

Forands I., Personāla vadība, Rīga: Elpa-2, 2004.

Psihosociālā darba vide 2010, [Elektroniskais resurss]. – Tiešsaistes pakalpojums. – Resurss apskatīts 2017.gada 2.augustā. – Pieejas veids: tīmeklis www.lbas.lv/upload/stuff/201103/psihosocialadarbavide.pdf

Reņģe V., Mūsdienu organizāciju psiholoģija., Rīga: Zvaigzne ABC, 2007.

Ilze Timuka, Inese Šovaljeva. STRESA IETEKME UZ PARĀDU PIEDZIŅAS UZŅĒMUMA DARBINIEKIEM

[1] *Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", ilzetimuka@inbox.lv*

[2] *Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", inesha@inbox.lv*

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec., Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Viena no lielākajām problēma Latvijas uzņēmumos ir STRESS, ko izjūt jebkurš darbinieks, kas saskarās ar stresu darbā. Katrs darbinieks savā darba vietā un pēc darba dienas beigām bieži izjūt dažādu stresu pazīmes. Uzņēmumā, kurā autores pētīja stresa ietekmi uz darbu un pēc tā, darbinieki ar stresu saskārās katru dienu. Uzņēmuma galvenais uzdevums ir pirms tiesu parādu piedziņa no fiziskām un juridiskām personām, kā arī no ārvalstu komersantiem. Stress šajā darba vietā visbiežāk izpaužas ar negatīvu attieksmi, kliegšanu, draudēšanu un necenzētu vārdu lietošana no parādnieku puse (visbiežāk - fiziskas personas). Pirmie, kas saskaras ar šīm negatīvajām izpausmēm, ir maksājumu uzraudzības speciālisti. Strādājot šajā uzņēmumā, pēc sarunas ar parādnieku vairākkārt dzirdēts satraukumu un stresa izpausmes, it īpaši no jaunajiem darbiniekiem, kuriem šī darbības sfēra ir jauna. Ir arī jauni darbinieki, kas neiztur stresu un spriedzi darbā un pirms pārbaudes laika aiziet prom.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot un analizēt, vai darbinieki pirms tiesas parādu piedziņas uzņēmumā spēj pārvaldīt stresa situācijas un kā izjūt stresu darbu, kādas ir visizplatītākās stresa pazīmes.

Pētījuma metodes: Lai labāk izpestītu stresu darbā vietā, izmantotas šādas metodes: darbinieku anketēšana, teorētiskās informācijas analīze, SVID analīze un sintēze secinājumu ieguvei

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā konstatēts, ka uzņēmumā puse darbinieku ir jutušies slikti dēļ stresa darbā. Ir darbinieki, kas nespēj nedomāt par darbu pēc darba laika beigām. Apmierinātība ar darbu ir tikai vidējā līmenī. Tika izvirzīti arī priekšlikumi, kā uzlabot darbinieku labsajūtu darbā.

Atslēgas vārdi: labsajūta; uztraukums; savaldīšanās; atpūta; stress; parādu piedziņa

Ievads

Darba autoru mērķis ir šajā pētījumā noskaidrot stresa ietekmi uz parādu piedziņas uzņēmuma darbiniekiem un, pamatojoties uz tiem izdarīt secinājumus par galvenajām stresa faktoriem darbinieku vidū.

Šī pētījuma mērķis ir palīdzēt darba dēvējam un darbiniekam kopīgi cīnīties pret stresu darbā vidē. Ir veikta aptauja Eiropas mērogā, kas liecina, ka 51% darbinieku uzskata, ka ar darbu saistīts stress viņu darbavietā ir ierasta parādība, un 40% darbinieku uzskata, ka viņu organizācijā stresu nespēj novērst. Statistiskie dati liek nopietni pievērsties šai problēmai. Kā otrā visbiežāk ar darbu saistītā problēma ir norādīts stress, kas rodas darba vietā.

Latvijā tika izveidota speciāla mājas lapa, kurā varēja aizpildīt testu ar nosaukumu Nacionālais stresa tests mērķis bija cilvēkiem likt apzināties to, cik lielu ietekmi uz viņiem atstāj stress un vienlaikus aicinātu ar to cīnīties

Lai sasniegtu minēto mērķi darba autori izvirza šādus uzdevumus:

1. Pētīt materiālus par stresu, darba izraisīto stresu, tā veicinošajiem faktoriem un sekām;
2. Raksturot SIA "I&I"
3. Empīriski noteikt darbinieku stresa problēmu darbā;
4. Izstrādāt priekšlikumus SIA „ I&I" stresa un tā veicinošo faktoru mazināšanai.

Darba autori teorētisko un praktisko informāciju šajā darbā iegūs no citu autoru un zinātnieku atziņām interneta resursiem un uzņēmuma SIA „ I&I" darbinieku anonīmās aptaujas, kuri ikdienā sastopas ar stresu un stresa situācijām. Minētā uzņēmuma darbinieki pārsvarā ir sievietes, kuru vidējais vecums ir 25,3 gadi. Darbinieka vidējais darba ilgums ir aptuveni 2 gadi.

Stress darba vietā un to ietekme uz darbiniekiem

Pieaugušo cilvēku dzīves lielu problēmu daļu izraisa darba vide. Stress darbiniekiem rodas tad, ja prasības darba vietā pārsniedz viņa spējas tās izpildīt. Neliela trauksme un sasprindzinājums ir pat vēlami, jo palīdz tikt galā ar noteiktām dzīves prasībām, ja adaptācijas process ir veiksmīgs, tā izraisīto spriedzi cilvēks uztver kā motivāciju – šādos apstākļos cilvēks var strādāt vairāk, labāk, radošāk. Tomēr tā nevar ilgstoši, jo organisms nespēj pilnvērtīgi strādāt būdams pastāvīgā sasprindzinājumā.

Darba vidē svarīgi ir nejaukt pārmērīgu darba slodzi ar apstākļiem, kuros pastāv veicinoša darba vide, kurā darbinieki ir pietiekami apmācīti un motivēti strādāt ar pilnu atdevi, lai arī jāstrādā aktīvi un reizēm jāpārvar zināmas grūtības. Laba psihosociālā vide uzlabo darba efektivitāti un sekmē darbinieku personīgo pilnveidi, jo sniedz gandarījumu par paveikto. [Matisāne 2014]

Nepareizs darba vietas iekārtojums (troksnis, apgaismojums, krāsojums, slikta ventilācija, nepiemērota temperatūra) rada ne tikai fiziskas, bet āri psihiskas problēmas, izveido jūtīgu fonu, blakus stresa avotu uztverei. [Forands 2017]

Stress nelabvēlīgi ietekmē organizācijas darbību, piemēram, samazinās kopējā uzņēmējdarbības efektivitāte. Kavēto darba dienu skaits, darbā ierodas aizvien vairāk darbinieku, kuri slimo un nespēj pienācīgi veikt savus darba pienākumus, kā arī pieaug negadījumu un ievainojumu skaits. Nesaskaņu cēlonis darba vietā lielākoties ir dēļ paaugstinātā stresa līmeņa. Stresa dēļ darbinieki mēdz kavēt darbu ilgāk nekā citu iemesludēļ, un stress darbā var biežāk veicināt priekšlaicīgu pensionēšanos, jo īpaši biroja darbinieku vidū. Stress ir otrā visbiežāk norādītā ar darbu saistītā veselības problēma Eiropā.

Darba radītais stress tiek aplūkots dažādos aspektos: stresa pārpilnība un otrādi – iespaidu daudzveidības trūkums.

2014. gadā tika veikts divu gadu ilgu Eiropas mēroga kampaņu " Veselīgas darba vietas uzvar stresu". Šī projekta mērķis ir palīdzēt darba dēvējam un darbiniekam kopīgi cīnīties pret stresu darbā vidē. Ir veikta aptauja Eiropas mērogā, kas liecina, ka 51% darbinieku uzskata, ka ar darbu saistīts stress viņu darbavietā ir ierasta parādība, un 40% darbinieku uzskata, ka viņu organizācijā stresu nespēj novērst. Statistiskie dati liek nopietni pievērsties šai problēmai. Kā otrā visbiežāk ar darbu saistītā problēma ir norādīts stress, kas rodas darba vietā.Latvijā tika izveidota speciāla mājas lapa, kurā varēja aizpildīt testu ar nosaukumu Nacionālais stresa tests mērķis bija cilvēkiem likt apzināties to, cik lielu ietekmi uz viņiem atstāj stress un vienlaikus aicinātu ar to cīnīties.

Metodoloģija

SIA „I&I" veiktā aptauja par darbinieku stresa līmeni atklājās, ka darbinieki savā darba ikdienā izjūt stresu. Šis stress ir vairāk apzināts un tiek pieņemts vairāk kā darba sastāvdaļa. Meklējot darbu, persona izpēta uzņēmumus, uz kuru darba piedāvājumiem grib atsaukties. Patstāvīgi izvērtējot savu atbilstību prasītajām kompetencēm un zināšanām. Piesakot savu vakanci uzņēmumā, viņš apzinās ar darbu saistītos riskus un pieņem tos. Darba autores atzīst, ka darbinieki, kas ir saistīti ar tiešo parādu piedziņu ikdienā ir nosvērti.

Galvenie faktori, kas darba vietā izraisa stresu, ir slikti saprotamas darba prasības, darba slodze, ar kuru grūti tikt galā, neizpratne, par darba nozīmīgumu darba procesā, uzņēmuma iekšējā kultūra, problēmas personiskajā dzīve. Ja uzskaitītie faktori realizējas vai realizējas tikai daļēji, tad tas izraisa darbinieku darba ražīguma pazeminināšanos, attieksmes pasliktināšanos pret darba

uzdevumiem un motivācijas trūkumu.

Autora analizētajā uzņēmumā atklājas stresa esamība, bet neatklājas tā kaitīgā ietekme uz darbiniekiem, jo pamatojoties uz sastādīto anketu analīzi ir nepieciešama dziļāka darbinieku analīze ilgākā laika posmā izmantojot gan kvantitatīvās gan kvalitatīvās pētījuma metodes.

Citi faktori kas atklājās: novērots, ka darbinieki nav sajutuši sev veselības stāvokļa pasliktināšanos, kas liecina par to, ka stresa ietekme nav tik nopietna un traumējoša, lai sāktu pasliktināties imūnsistēmas darbība un pašsajūta. Kā nozīmīgs faktors, kas palīdz darbiniekam ir viņu personīgā stresa vadīšana. Darbinieki sevi pozitīvi nodarbina pēc darba laika. Tas sekmē pašsajūtas uzlabošanos un relaksāciju, no saspringtā darba un personīgiem sarežģījumiem.

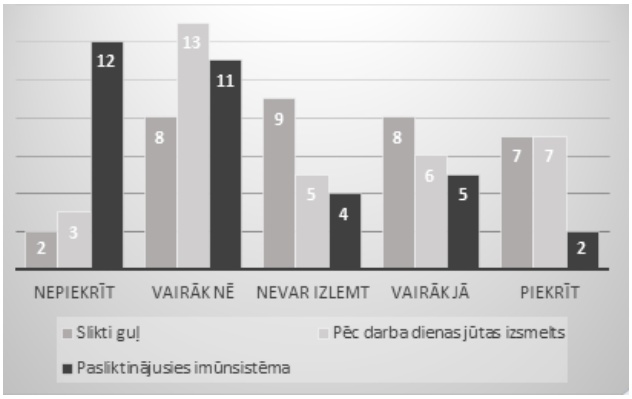
Anketā jautājumus veidojā,, tā lai gūtu informāciju par to vai darbinieki izjūt stresu. Svarīgi ir arī uzzināt kā viņi jūtas darbā, kādu iespaidu uz viņiem atstāj darba apstākļi un vide. Kā svarīgākos kritērijus autors uzskata arī, paša cilvēka raksturu, kādas lietas viņus spēj ietekmēt vairāk un mazāk.

Kā svarīgākais jautājums, bija tiešais jautājums, vai darbinieki darbā izjūt stresu. Jo stress ietekmē darbiniekus, kā rezultātā darbinieki nav tik produktīvi un viņu darbspējas samazinās, līdz ar to cieš uzņēmums

Secinājumi

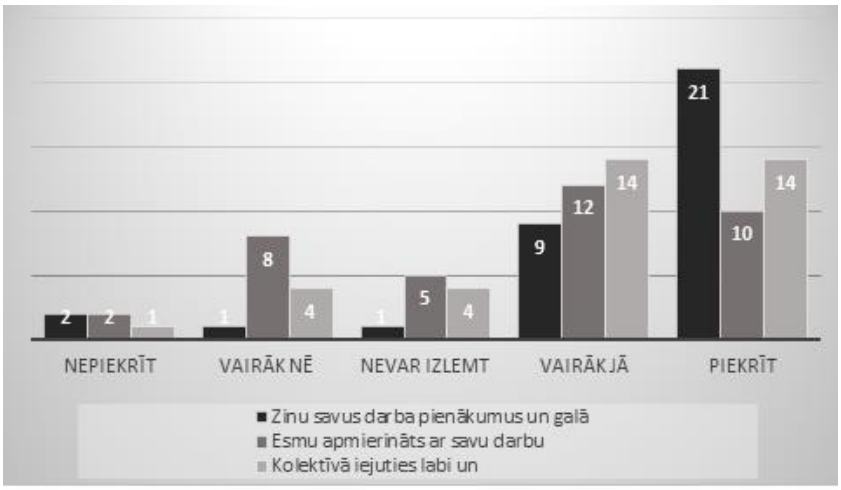
Pētījuma gaitā autores izstrādāja šādus secinājumus:

1. Darbinieki, kas spēj atbrīvoties no darbā iegūtā stresa, ir daudz mazāk pakļauti stresa negatīvajai ietekmei.
2. Kopumā, darbinieki izvērtē dažādas organizācijas darbības jomas jeb to, ko patreizējā darbavieta spēj viņam piedāvāt – darba samaksu, darba apstākļus un izaugsmes iespējas u.c., kā arī salīdzina savas individuālās vērtības ar organizācijā valdošajām vērtībām, un izvērtē savu stresa noturību izvēloties konkrētos pienākumus
3. Profesionāla, labvēlīga un labi motivēta komanda izjūt daudz mazāk stresa radītos negatīvos faktorus.
4. Apkopojot pētījuma rezultātā iegūtos datus, noskaidrots, ka:
    - Darbinieki, kas izjūt stresu darba laikā ir vairāk, nekā to kas neizjūt;
    - Sievietes ir emocionāli jūtīgākas pret dažādiem kairinātājiem, turpretī vīrietis ir emocionāli noturīgāks;
    - Šeit redzams tas, ka lielākā daļa, gandrīz 50 %, pēc darba vairāk jūtas labi. Nejūt pārāk lielu darba dienas notikumu ietekmi uz sevi. Tomēr 37%, kas atzīst, ka pēc darba dienas jūtas izsmelti, tas ir liels skaitlis, jebkuram uzņēmumam.
    - *Ilgstoša stresa pazīmes*



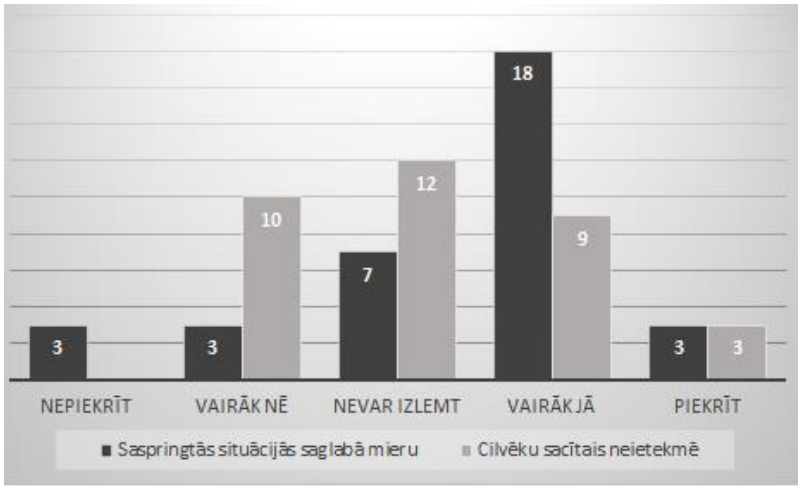
- Mazs ir to īpatsvars, kas nezin savu nozīmību un vietu uzņēmumā

- *Respondentu novērtētā darba organizācija un apstākļi*



- Apmierinātība ar darbu ir vidējā līmenī;
- Kolektīvā ir draudzīga gaisotne;
- Darbinieki biežāk saspringtās stresa situācijās saglabā mieru, bet dažreiz izjūt trauksmi

- *Darbinieka personības iezīmes*



- Darbinieki pēc darba laika beigām izjūt darba radīto sasprindzinājumu un daļa darbinieku nespēj atbrīvoties no negatīvā stresa;
- Stresoru ietekme uz darbiniekiem nav novērota tik agresīva un traumējoša, lai sāktu pasliktināties imūnsistēma un pašsajūta;

Darba vide ir svarīgs faktors darbinieka labsajūtai. Uzņēmuma vadītājs sadarbībā ar saimnieciskās daļas vadītāju vajadzētu iekārtot kādu atpūtas vietu un plašāku ēdamo zonu uzņēmuma telpās. Kopīga pusdienošana darbiniekus saliedē. Vajadzētu arī ieviest publiskos ikmēneša uzņēmuma statistikas radītājus, kas parādītu mēneša kopējo darba apjomu un peļņu, tas palīdz darbiniekam vairāk saprast savu nozīmi uzņēmuma darbībā.

Ņemot vērā, ka darbinieki ikdienā stresu izjūt, nepieciešams rīkot seminārus ar profesionālu

piedalīšanos, kas iemācītu savaldīt stresu un negatīvās emocijas pareizi pārdzīvot.

Uzņēmumam vajadzētu palīdzēt darbiniekiem apmeklēt kultūras pasākumus. Piedāvājot saviem darbiniekiem iegādāties biļetes ar atlaidi uz koncertiem teātra izrādēm un izstādēm.

Regulāri veikt darbinieku anketēšanu, lai noskaidrotu darbinieka pašsajūtu, darbinieku apmierinātību ar darbu un darba apstākļiem. Rezultāti, ļautu laicīgāk pamanīt problēmas, kuras nepieciešams risināt vai samazināt to kaitīgo ietekmi.

Jaunie darbinieki parasti izjūt stresu, sākot strādāt jaunā darbā. Lai jaunajiem darbiniekiem palīdzētu vēl ātrāk integrēties kolektīvā, darbinieku saliedēšanas pasākumus un neformālās sapulces vajadzētu rīkot katru otro mēnesi.

Bibliogrāfiskais saraksts

http://www.la.lv/atklaj-kampanu-pret-stresu-darba-aptauja-par-situaciju-latvija/

Stresa pazīmes darba vietā http://stresaprofilakse.lv/Stresa-paz%C4%ABmes-darba-viet%C4%81.php Atrasts 2015.gada aprīlī

http://stresaprofilakse.lv/Kas-ir-stress.php

Matisāne, (2014) Stress darba vietā. Cēloņi, sekas risinājumi, Finanses.lv

I.Forands, (2007) Personāla vadība, Rīga: Latvijas izglītības fonds)

Reņģe V., Mūsdienu organizāciju psiholoģija

Agnese Štikāne[1], Elizabete Zvejniece[2]. DARBA AIZSARDZĪBA TIRDZNIECĪBAS UZŅĒMUMĀ

[1]Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", agnese200819@inboxlv

[2]Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", ebete7@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Katrs no mums, pildot savu darbu, vēlas, un ir tiesīgs justies droši, nedomājot par iespējamiem nelaimes gadījumiem darbavietā. Lai šādi gadījumi, kuros ir iespējams sevi traumēt, vai apdraudēt savu veselību nerastos, katrai organizācijai ir izstrādāts plāns, kurš paredz, kā rīkoties tad, ja gadījumā notiek nelaimes gadījumi. Normatīvie akti darba aizsardzības jomā nosaka, ka darba devējs, organizējot savu uzņēmējdarbību, ir atbildīgs par savā uzņēmumā nodarbināto darbinieku drošību un veselību darbā. Atbilstoši Darba aizsardzības likumam, lai nodrošinātu drošu un darbinieku veselībai nekaitīgu darba vidi, darba devējs izveido darba aizsardzības sistēmu.

Pētījuma mērķis: noskaidrot, kā tiek veikta darba aizsardzība tirdzniecības uzņēmumā "x", lai ieteiktu tās pilnveidojumus.

Pētījuma metodes: Darba veikšanai autores izmantoja - monogrāfisko pētniecības metodi, normatīvo aktu analīzi, aptauju, intervēšanu un grafisko analīzi. Praktiskajā daļā tika izveidotas anketas, kā arī sagatavoti jautājumi intervijai. Autores no uzņēmuma tīkla izvēlējās divas struktūrvienības, lai anketētu darbiniekus. Autores tikās ar darba aizsardzības un darbinieku veselības daļas vadītāju, kuru intervēja klātienē.

Sasniegtie rezultāti: Tirdzniecības uzņēmumā "x" nepārtraukti pilnveido drošības sistēmas, lai nodrošinātu saviem darbiniekiem drošu darba vidi. Uzņēmums pilda savus pienākumus, sniedzot darbiniekiem instruktāžas par darba drošību. Pēdējo gadu laikā ir strauji krities nelaimes gadījumu skaits šajā uzņēmumā. Kā priekšlikumu ieteiktu uzņēmumam biežāk apsekot uzņēmuma objektus, kā arī, veikt instruktāžas nevis reizi gadā, bet gan, divas reizes gadā, tā būtu vēl lielāka kontrole.

Atslēgas vārdi: darba aizsardzība, darbinieks, drošība.

Ievads

Katrs no mums, pildot savu darbu, vēlas, un ir tiesīgs justies droši, nedomājot par iespējamiem nelaimes gadījumiem darbavietā. Lai šādi gadījumi, kuros ir iespējams sevi traumēt, vai apdraudēt savu veselību nerastos, katrai organizācijai ir izstrādāts plāns, kurš

struktūras izveidošanu. [1] Šādu noteikumu izstrāde un ievērošana no nodarbināto puses var palīdzēt izvairīties no neskaitāmiem nelaimes gadījumiem, kuri var paredz, kā rīkoties tad, ja gadījumā notiek nelaimes gadījumi.

Normatīvie akti darba aizsardzības jomā nosaka, ka darba devējs, organizējot savu uzņēmējdarbību, ir atbildīgs par savā uzņēmumā nodarbināto darbinieku drošību un veselību darbā. Atbilstoši Darba aizsardzības likumam, lai nodrošinātu drošu un darbinieku veselībai nekaitīgu darba vidi, darba devējs izveido darba aizsardzības sistēmu. Tai pamatā jānodrošina darba aizsardzības vispārīgo principu ievērošana, kas ietver:

Darba vides iekšējo uzraudzību, tai skaitā darba vides riska novērtēšanu;

Darba aizsardzības organizatoriskās rasties, atrodoties darbā.

Darba aizsardzība

Ikvienam ir zināms tas, ka darbs var nodarīt nopietnu kaitējumu cilvēka veselībai. Un tik tiešām – nodarbināto individuālā un kolektīvā pieredze vairākkārt apstiprina to, par ko liecina arī Eiropas Dzīves un darba apstākļu uzlabošanas fonda veikto aptauju dati: Eiropā vidēji katrs ceturtais nodarbinātais uzskata, ka viņa darbs ir bīstams veselībai, tomēr pēdējo 15 gadu laikā šādu respondentu skaits ir samazinājies. Tajā pašā laikā nodarbināto skaits, kas minējuši ar darbu saistītus veselības traucējumus, būtiski atšķiras dažādās valstīs. Piemēram, valstīs, kas 2004.gadā iestājās Eiropas Savienībā (to skaitā Latvija), vidēji 40% nodarbināto uzskata, ka viņu darbs ir kaitīgs veselībai. [2, 11.lpp] Šis ir rādītājs tam, ka apstākļi darba vietās uzlabojas un vadība rūpējas par savu darbinieku veselību, taču ir uzdevumi, pie kuriem vēl ir jāstrādā un kurus ir nepieciešams pilnveidot. Autores uzskata, ka darba kaitīgums veselībai ir atkarīgs arī no profesijas, kurā cilvēks tiek nodarbināts, jo katrai profesijai ir savas īpatnības un nianses, kurās slimību riski būs lielāki nekā citās.

Darba aizsardzība ir nozare, kuras uzdevums ir nodrošināt, ka gan darba devēji, gan nodarbinātie spētu darīt visu nepieciešamo, lai darba vide neatstātu nelabvēlīgu ietekmi uz cilvēka veselību un drošību darba vietās. Darba aizsardzībai ir būtiska loma darbinieku veselības un labsajūtas nodrošināšanai darba vietās, jo tikai pareizi organizēta darba aizsardzības sistēma uzņēmumā un atbilstoši noteiktām prasībām iekārtotas darba vietas spēj nodrošināt drošus un veselībai nekaitīgus darba apstākļus, tādējādi ilgtermiņā garantējot nodarbināto veselību un drošību darbā. [3,5.lpp.] Autores uzskata, ja darbinieks jūtas droši savā darbavietā un nebaidās savainot vai kaitēt savai veselībai, esot nodarbināts, tad viņš arī ir spējīgāks un kvalitatīvāks darbinieks, kurš cenšas sevi pierādīt no savas labākās puses.

Darba aizsardzības nozīme

Darbam cilvēka dzīvē ir milzīga, pozitīva nozīme – tas piešķir cilvēka dzīvei jēgu, pozitīvi ietekmē cilvēka psihoemocionālo un fizisko stāvokli, veicina sociālos sakarus un galu galā dod iespēju būt ekonomiski neatkarīgam. Pieaudzis cilvēks darbā pavada vidēji trešo daļu savas dzīves, radot sabiedrības ekonomiskās un emocionālās vērtības, kā arī piepildot savu dzīvi ar saturu un jēgu. Tomēr darba vide var atstāt būtisku ietekmi uz cilvēka veselību – darba vidē ir sastopami daudzi tūkstoši dažādu ķīmisko vielu, gandrīz 50 dažādu fizikālo faktoru, vairāki simti bioloģisko faktoru, daudz dažādu ergonomisko faktoru un fizisko darba slodžu, kā arī milzīgs skaits nelaimes gadījumu riska faktoru. Tie visi var potenciāli iedarboties uz cilvēka veselību un drošību, radot nelaimes gadījumus un arodslimības, kā arī no darba atkarīgās slimības. Nevienu darba procesu nav iespējams uzturēt pilnīgi bez neviena kaitīgā darba vides riska faktora ietekmes, tomēr šo faktoru samazināšana un kontrole ir katra darba devēja iespējas un pienākums. Pilnvērtīga kontrole un riska faktoru samazināšana līdz pieļaujamiem līmeņiem var būt iespējama tikai tad, ja gan darba devēji, gan nodarbinātie ir informēti par riska faktoru raksturu un spēj prognozēt to iespējamās sekas, kā arī zina, kā rīkoties, lai samazinātu darba vides riska ietekmi uz savu veselību. [3, 5.lpp.] Autores piekrīt autora vārdiem un uzskata, ka bez darba cilvēks var justies nepiederīgs varbūt nepietiekami saistīts sabiedrībai. Domājot par riska faktoriem darbā, autores domā, ka uzsvars uz tiem būtu jāliek jau nodarbinātā pirmajā darba dienā, kad cilvēks tiek iepazīstināts ar uzņēmumu. Tas palīdzētu saprast, kas šajā organizācijā notiek, kādi ir riska faktori ar kuriem būs jārēķinās, uzsākot šeit darbu.

Tirdzniecības uzņēmuma raksturojums

Tirdzniecības uzņēmums Latvija" ir viens no vadošajiem mazumtirdzniecības tīkliem Latvijā. Uzņēmums ir lielākais privātais darba devējs valstī un viens no lielākajiem Latvijas nodokļu maksātājiem. Uzņēmums ietilpst holdingā "X Grupe", kas ir lielākais mazumtirdzniecības veikalu tīkls un darba devējs Baltijā, nodarbinot vairāk nekā 30000 darbiniekus piecās valstīs - Lietuvā, Latvijā, Igaunijā, Polijā un Bulgārijā. Saskaņā ar 2015. gada 31. decembra datiem "X Grupe" kopā pieder 535 tirdzniecības centri. [4] Pēc autoru domām, šo mazumtirdzniecības tīklu varētu pat

saukt par pieprasītāko visā Latvijā, jo tas piedāvā dažādas pircējiem tīkamas akcijas, atlaides un demokrātiskas cenas kopumā, kā arī sniedz plašu preču sortimentu, kas ir piemērots katram pircējam, kurš šo veikalu apmeklē.

Metodoloģija

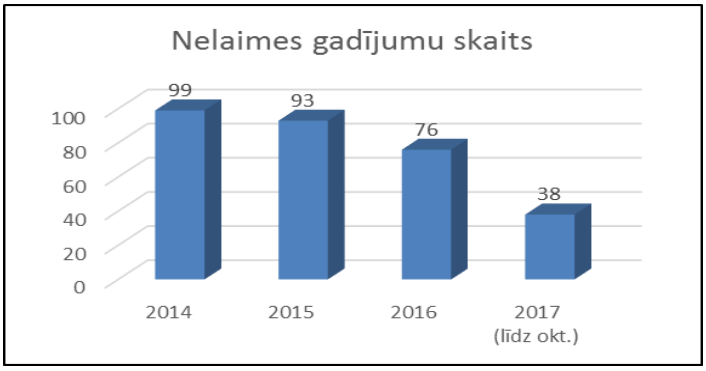
Darba veikšanai autores izmantoja - monogrāfisko pētniecības metodi, kvantitatīvo pētniecības metodi un grafisko analīzi. Praktiskajā daļā tika izveidotas anketas, kā arī sagatavoti jautājumi intervijai. Autores no uzņēmuma tīkla izvēlējās divas struktūrvienības, lai anketētu darbiniekus. Autores tikās ar darba aizsardzības un darbinieku veselības daļas vadītāju, kuru intervēja klātienē. Mērķis bija ievākt subjektīvo vērtējumu no darba aizsardzības un darbinieku veselības daļas vadītāja un no darbinieku puses. Anketas tika izdalītas uz vietas, kā arī intervija notika klātienē, un pēc tam tika apkopoti to dati. Katrā no struktūrvienībām tika izdalītas 30 anketas, bet atpakaļ saņemtas 20 pilnvērtīgi aizpildītas anketas, pēc tām tika pētīts, kā arī veikts salīdzinājums ar interviju, kura tika veikta.

Rezultāti

Kā pirmo jautājumu autores izvēlējās "Vai Jūs jūtaties droši savā darbavietā?" Tika iegūti rezultāti – struktūrvienība (x) 60 % jā un 40 % nē, struktūrvienība (y) 100 % jā, jūtas droši savā darbavietā. Šāds jautājums tika vaicāts darba aizsardzības un darbinieku veselības daļas vadītājam, uz ko viņš atbildēja: "Gan jā, gan nē. Bet ceru, ka vairākums jūtas droši." Var manīt atšķirību starp struktūrvienībām.

Nākamais jautājums bija "Vai saskaraties ar monotonu darbu? " uz ko respondenti struktūrvienībā (x) atbildēja 75 % jā un 25 % nē struktūrvienība (y) atbildēja 45 % jā un 55 % nē Līdzīgu jautājumu uzdevām darba aizsardzības un darbinieku veselības daļas vadītājam, uz ko viņš atbildēja: "Jā, šāds riska faktors attiecas uz mūsu darbiniekiem. Kādam amatam vairāk, kādam mazāk, bet noteikti ka jā." Šeit visi ir atbildējuši līdzīgi, jo jebkurā (pārsvarā) darbavietā mēs saskaramies ar monotonu darbu.

Izanalizējot jautājumu "Vai Jūsu darba vietā ir iespējamība saskarties ar traumatiskiem riska faktoriem?" respondentu atbildes ir struktūrvienībā (x) atbildēja 80 % jā un 20 % nē un struktūrvienība (y) atbildēja 40 % jā un 60 % nē. Autores uzdeva jautājumu "Vai uzņēmumā bieži notiek nelaimes gadījumi?" darba aizsardzības un darbinieku veselības daļas vadītājam un viņa atbilde ir sekojoša: "Nelaimes gadījumi notiek. Precīzāka informācija norādīta datu apkopojumā par 2014. gadu-2017. gada oktobrim. (skat. 1 att.)" Pēc datu apkopošanas ir skaidri redzama nelaimes gadījumu samazināšanās, kas ir ļoti labs rādītājs tik lielam uzņēmuma ar tik daudz darbinieku.



1.att. Uzņēmuma avots

Apkopojot atbildes uz jautājumu par "Vai saskaraties ar ergonomiskiem un fiziskiem riska faktoriem, veicot savu darbu?" struktūrvienība (x) atbildēja 70 % jā un 15 % nē, kā arī, 15 %

dažreiz. Struktūrvienība (y) atbildēja 45 % jā un 25 % nē, 30 % dažreiz. Arī, šeit salīdzinot atbildēm, nav īpaši liela starpība.

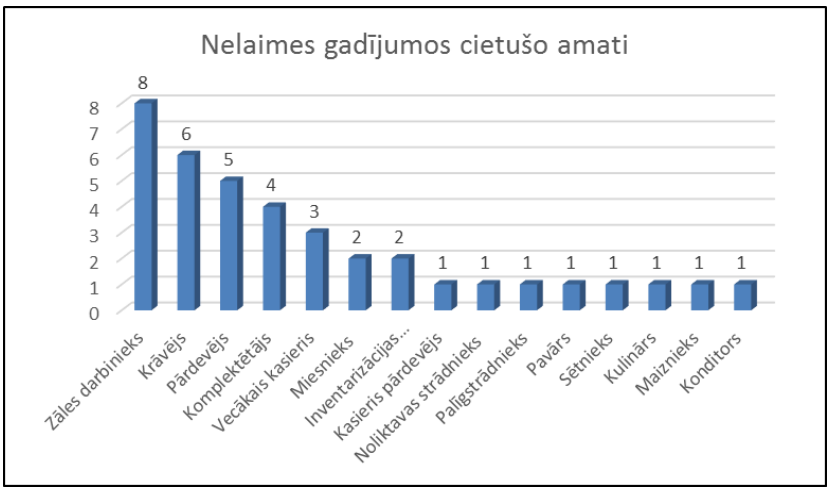
Izpētot nākamo jautājumu "Vai darba vietā ir saspringta psiholoģiskā atmosfēra?" Struktūrvienība (x) atbildes bija sekojošas 10 % jā, 40 % nē un 50 % dažreiz. Struktūrvienība (y) atbildēja 85 % nē un 15 % dažreiz. Šeit atšķirība ir jūtama, tātad, var secināt, ka viens kolektīvs ir draudzīgāks nekā otrs. Intervijā autores uzdeva tādu pašu jautājumu darba aizsardzības un darbinieku veselības daļas vadītājam un viņa atbilde ir sekojoša: " Noteikti tik lielā kolektīvā šāda veida problēmas pastāv. Bet padziļināti pētījuši dotajā brīdī to, neesam, lai varētu noteikt cik lielā mērā."

Sekojošais jautājums bija "Vai Jūsu darba vietā tiek veiktas apmācības un instruktāžas darba aizsardzībā?" uz ko struktūrvienība (x) atbildēja 100 % jā struktūrvienība (y) arī atbildēja 100 % jā šie rezultāti priecē, jo darba devējs pilda savus darba pienākumus, veicot instruktāžas to aizsardzībai. Uzdevām sekojošu jautājumu intervijā "Kā tiek veikti pasākumi risku un nelaimes gadījumu novēršanai un samazināšanai darba vietās?" uz ko darba aizsardzības un darbinieku veselības daļas vadītājs atbildēja: "Pēc risku identificēšanas un novērtēšanas katrā struktūrvienībā tiek sagatavots pasākumu plāns risku samazināšanai. Departamenti, uz kuru jomu attiecas konkrētais risks, veic noteiktos pasākumus." .

Nākamais jautājums "Vai Jums ir zināšanas pirmās palīdzības sniegšanai?" uz ko struktūrvienības (x) respondenti atbildēja 80 % jā un tikai 20 % nē un struktūrvienības (y) atbildes ir 95 % jā un 5 % nē. Pētot dziļāk, noskaidrojām, ka uzņēmums apmaksā visus kursus, kuros darbinieks tiek apmācīts, tāpēc arī šie rezultāti ir ļoti labi.

Pēdējais jautājums bija "Vai esat informēts par saviem pienākumiem un tiesībām darba vietā, saistībā ar darba aizsardzību?", uz ko struktūrvienība (x) atbildēja 100 % jā un struktūrvienība (y) atbildēja arī 100 % jā.

Ar iepriekšējā gada statistiku, uzzinājām arī kādi ir amati, kuri biežāk cieš nelaimes gadījumos. (skat. 2 att.) Šos datus apkopoja uzņēmuma iekšējais departaments, kas atbild par nelaimes gadījumu uzskaiti uzņēmumā.



2.att. Uzņēmuma avots.

Pēc šī avota varam secināt, ka viss biežāk traumas gūst zāles darbinieki, šajā uzņēmumā.

Secinājumi

Darba drošības nodrošināšana nodarbinātajiem ir katra darba devēja pienākums;

Nevienu darba procesu nav iespējams nodrošināt bez neviena kaitīgā darba vides riska faktora ietekmes;

Tirdzniecības uzņēmums nepārtraukti pilnveido drošības sistēmas, lai nodrošinātu saviem darbiniekiem drošu darba vidi;

Tirdzniecības uzņēmums nemitīgi pilnveidojas un cenšas izmantot tehnoloģijas pēc iespējas vairāk, lai atvieglotu pircēju iepirkšanos, padarītu to patīkamāku un kvalitatīvāku;

Uzņēmums pilda savus pienākumus, sniedzot darbiniekiem instruktāžas par darba drošību;

Pēdējo gadu laikā ir strauji krities nelaimes gadījumu skaits šajā uzņēmumā;

Uzņēmums dara visu nepieciešamo, lai to darbinieki justos un būtu drošībā, par to liecina arī biežās apmācības un instruktāžas;

Lielākai daļai nodarbināto šajā uzņēmumā ir zināšanas pirmās palīdzības sniegšanai.

Bibliogrāfiskais saraksts

Darba aizsardzības prasības :[Elektronisks resurss]. – Tiešsaistes pakalpojums. – Resurss apskatīts 2017. gada 10. novembrī – Pieejas veids: tīmeklis http://www.lm.gov.lv/upload/aktualitates/6/par_ki_fricss_29032016.pdf

Latvijas Brīvo arodbiedrību savienība, Darba apstākļi un veselība darbā, 2010.–11.lpp.

PSI "Darba medicīna" SIA, Darba aizsardzības rokasgrāmata darbinieku pārstāvjiem un uzticības personām. – Rīga, 2012.- 5.lpp.

Uzņēmuma iesniegtie avoti no veiktiem pētījumiem 2017.gadā.

Sintija Juška. KLIENTU APMIERINĀTĪBU IETEKMĒJOŠIE FAKTORI GRAUDKOPĪBAS NOZARES UZŅĒMUMOS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Vadības zinības", sintija.juska@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg. psych., docente Jekaterina Bierne

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienu industrializētajā preču un pakalpojumu tirgū patērētājam ir pieejamas vairākas iespējas un varianti sava pirkuma veikšanai. Uzņēmumiem nākas cīnīties, lai piesaistītu jaunus, un kas vēl svarīgāk, lai noturētu savus pastāvīgos klientus. Tāpēc uzņēmumiem ir svarīgi nodrošināt savu klientu apmierinātību, kas tieši ietekmē uzņēmuma ilgtspējīgu pastāvēšanu, finansiālos rādītājus, gan kopējo tēlu un uzņēmuma attīstību nākotnē. Uzņēmumu panākumu atslēga ir klientu prasību izpilde, kas sevī ietver gan kvalitatīva produkta vai pakalpojuma nodrošināšanu, gan patīkamu un pienācīgu apkalpošanu, tāpēc apmierinātības mērīšana un to faktoru analizēšana, mūsdienās uzņēmumiem ir nepieciešama un vēlama ikdienas darbība. Graudkopība ieņem svarīgu lomu Latvijas lauksaimniecības nozaru kontekstā, tā ir daudzu zemnieku saimniecību galvenā nodarbošanās un peļņas avots. Gan Latvijā, gan citur pasaulē atsevišķam zemniekam ir grūtības tikt galā ar savām problēmām, it sevišķi mazajām saimniecībām. Apvienojoties kooperatīvos lauksaimniekiem ir iespēja strādāt efektīvāk, jo ir gan ražošanas izmaksu samazinājums, gan produkcijas realizācijas iespējas un cenas, kas rada zināmu ekonomisko ieguvumu uz katru audzējamās kultūras hektāru. Zemnieku apvienošanās un kooperācija ir Latvijas lauku izdzīvošanas un attīstības iespēja, par kuru pārliecinās arvien lielāks skaits kooperatīvo sabiedrību biedru. Tāpēc darba autores pētījuma objekts ir graudkopības uzņēmumi - kooperatīvi un to klienti – biedri. Darba autore uzskata, ka kooperatīva klientu apmierinātības faktoru noteikšana varētu ietekmēt kooperatīva darbības principu uzlabošanu un savu pakalpojumu sniegšanas kvalitāti.

Pētījuma mērķis: izpētīt klientu apmierinātību ietekmējošo faktoru teorētiskās nostādnes un to noteikšanu graudkopības nozares uzņēmumos, lai izvērtētu pašreizējo apmierinātības līmeni.

Pētījuma metodes: literatūras analīze, dokumentu analīze, anketēšana, ekspertu inetervija

Atslēgas vārdi: klients; apmierinātība; kooperatīvs.

Ievads

Graudkopība ieņem svarīgu lomu Latvijas lauksaimniecības nozaru kontekstā. Latvijā lielākie graudkopības uzņēmumi ir tieši kooperatīvi, kas apvieno savus klientus - kooperatīva biedrus. Kooperatīva klientu apmierinātības noteikšana un to faktoru analīze spēj ietekmēt kooperatīva darbības principu uzlabošanu un pakalpojumu sniegšanas kvalitāti.

Pētījuma mērķis : noteikt klientu apmierinātību ietekmējošos faktorus graudkopības nozares uzņēmumos – kooperatīvos.

Darba mērķa sasniegšanai risināti šādi uzdevumi:

1. Izanalizēt teorētiskās nostādnes par klientu apmierinātību, to ietekmējošajiem faktoriem un novērtēšanas metodēm.
2. Raksturot graudkopības nozares būtību.
3. Veikt interviju ar graudkopības nozares uzņēmumu speciālistiem, lai uzzinātu viņu viedokli par klientu apmierinātību ietekmējošajiem faktoriem.
4. Balstoties uz intervijas rezultātiem izdarīt secinājumus.

Izstrādājot šo darbu tika izmantotas tādas pētījuma metodes, kā literatūras analīze, sekundāro datu analīze un ekspertu intervija.

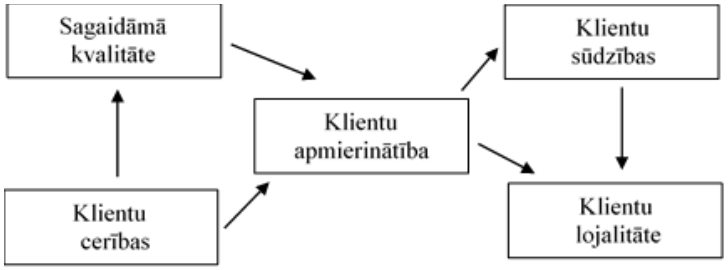
Pētījuma rezultātā tika konstatēts, ka kooperatīvu nozares klientu apmierinātību ietekmējošie faktori, galvenokārt, balstās uz graudkopības nozares specifiskajiem pakalpojumiem, kooperatīva darbības principiem, koopearatīva darbinieku pieejamību un atsaucību, un kopējām kooperatīvu sniegtajām iespējām.

Literatūras apskats

Pastāv uzskats, ka organizācijas panākumu galvenā sastāvdaļa ir klienta prasību izpilde. Pats pamats, kā uzņēmums var veikt šo prasību izpildi ir savu produktu vai pakalpojumu kvalitātes nodrošināšana, un pienācīgs apkalpošanas līmenis. Tas var garantēt abpusēji izdevīgas uzticības un lojalitātes attiecības starp abām pusēm, kas tieši ietekmē arī apmierinātības līmeni.

Kvalitātes standarta ISO 9001 5.2. punkts "Orientācija uz klientu " nosaka: lai panāktu klientu apmierinātību, uzņēmumu vadībai jānosaka un jānodrošina klientu prasības. Tātad standarts viennozīmīgi definē, ka uzņēmumam reāli jānoskaidro, kādas ir klientu prasības, vajadzības un vērtības, regulāri jānokaidro, ko klienti domā par uzņēmuma produktiem, kā uztver produktu un ar to realizēšanu saistīto apkalpošanas kvalitāti (Niedrītis 2008). Tāpat var apgalvot, ka ikvienu pakalpojumu ietekmē cilvēciskais faktors. Klienta vajadzību, gaidu un cerību izpēte un sapratne, viņu apmierinātības regulārs monitorings sniedz pārliecību, ka organizācijas mērķi atbilst pircēju un patērētāju vēlmēm (ZBC Latvija 2005).

Teorijā pastāv klientu apmierinātības modelis, kas balstoties uz četriem svarīgiem savstarpēji mijiedarbīgiem faktoriem norāda, kas veido un kas izriet no klientu apmierinātības veidošanās (1.att.).



1.att. Apmierinātības izpētes modelis (Chambers 2016)

Šis modelis vizualizē to, ka klientu cerības veidojas no sagaidāmās kvalitātes, kas ietekmē un veido vispārējo klientu apmierinātību. Savukārt klientu sūdzības un lojalitāte ir tie faktori kuri veidojas no klientu apmierinātības. Šo faktoru izzināšanas pamatā veidojas arī patērētāju apmierinātības indekss.

Klientu apmierinātību ietekmējošo faktoru pamatā ir mārketinga mix elementu saistība – produkts/pakalpojums (cik kvalitatīvs un vai ir spējīgs apmierināt konkrētās vajadzības), cena, vieta (cik viegli produkts ir pieejams, kādi ir piegādes nosacījumi, ātrums) un komunikācija (attiecības starp uzņēmumu un klientu - apkalpošanas kultūra, sūdzību izskatīšanas ātrums, konsultēšana). Katra uzņēmuma mārketinga stratēģijas veidotājiem ir svarīgi pētīt klientu uzvedību visās to lēmumu pieņemšanas stadijās, lai ar savām aktivitātēm varētu ietekmēt klientu katrā no tām. Par uzņēmuma ieguvumiem šādā ceļā var uzskatīt - klienta vēlmju izzināšanu pirms un pēc pakalpojuma; augstu sniegtā pakalpojuma līmeni; jaunas produkcijas attīstību, kas atbilst potenciālajām klienta vēlmēm ("Satisfied custumers", 2013).

Var iedalīt trīs nozīmīgas grupas un to ietekmējošos faktorus, kas nosaka klientu apmierinātību:

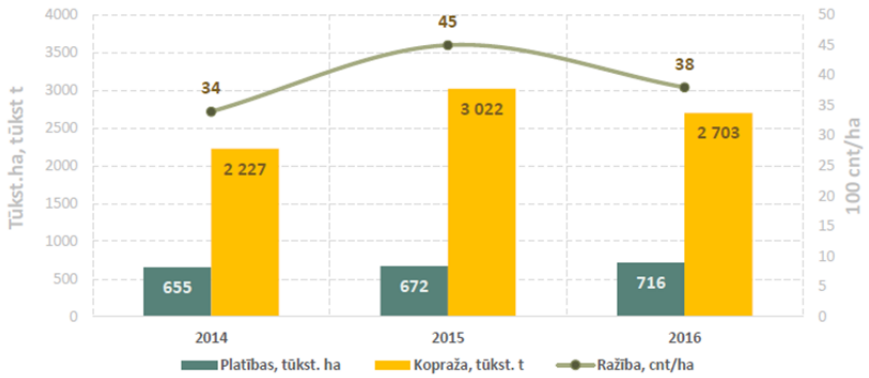
1. Pakalpojuma/produkta kvalitāte:
    - pakalpojumu klāsts;

- produkcijas kvalitātes stabilitāte;
- iesaiņojums;
- produktu atbilstība un īpašības.

2. Apkalpošanas kvalitāte:
   - pasūtījuma pieņemšanas ātrums;
   - draudzīga attieksme;
   - informācijas pieejamība;
   - operatīva darbība problēmsituāciju gadījumos.
3. Piedāvājuma kvalitāte:
   - cenas un kvalitātes atbilstība;
   - atlaižu, bonusu un dāvanu sistēma;
   - apmaksas nosacījumu sistēma (pēcapmaksa, kredīta iespējas, skaidras un bezskaidras naudas apmaksa);
   - produkta atgriešanas iespējas (Тарелкина 2006).

Pēc autores domām visu šo faktoru pamatā, kā vienojošais elements ir kvalitāte. Kvalitāte jebkurā nozarē un jomā nodrošina apmierinātu klientu. Šie faktori ir savstarpēji saistīti un katram no tiem ir būtiska nozīme, tāpēc ikvienam uzņēmumam, neatkarīgi no nozares, kurā tas darbojas, neatņemama darbības plānošanas sastāvdaļa ir savu klientu apmierinātības pētīšana to faktoru analizēšana.

Darba autores veic apmierinātību ietekmējošos faktoru izpēti graudkopības nozares uzņēmumos – kooperatīvos. Graudkopība ir nozare ar stabilu izaugsmes tendenci, palielinoties gan sējumu platībām, gan saražoto graudu apjomam, ko nodrošina ražošanas koncentrēšanās lielajās graudkopības saimniecībās. Tā ir nozare ar stabilu ražošanas rādītāju kāpumu pēdējo 5 gadu laikā. 2016. gads starp pēdējiem pieciem gadiem ir bijis otrs veiksmīgākais graudu ražotājiem no iegūtās kopražas viedokļa (2.att.).



2.att. Graudu platība, kopraža un ražība Latvija 2014. – 2016. gadā (Latvijas Republikas Zemkopības ministrija 2017)

Latvijā graudu ražošana ir orientēta uz eksportu un ražošanas attīstība ir tieši saistīta ar eksporta apjoma pieaugumu, ko lielā mērā arī stimulē saimniecību iesaistīšanās kooperatīvajās sabiedrībās. Kooperatīvi veicina un meklē jaunus noieta tirgus biedru saražotās

lauksaimniecības produkcijas realizācijai, kā arī rūpējas par biedru konkurētspējas un labklājības palielināšanu (Gūte 2017).

Kopumā Latvijā ir 20 graudkopības kooperatīvi, kopā apvienojot aptuveni 3248 kooperatīva biedrus. Lielākie no tiem ir graudu un rapša audzētāji LPKS "Latraps", kas pašlaik apvieno 982 kooperatīva klientus dažādās Latvijas vietās. Otrs lielākais graudkopības kooperatīvs ir LPKS "VAKS" apvienojot 527 klientus – Valmierā, Gulbenē, Varakļānos un Matīšos. Un trešais lielākais ir LPKS " Saimnieks " apvienojot 250 biedrus.

Metodoloģija

Sekundāro datu analīze – lai iegūtu visaptverošu informāciju par graudkopības nozari, rādītājiem un uzņēmumiem, darba autore izpētīja jau esošos statistikas radītājus.

Ekspertu intervija - lai iegūtu nozares ekspertu viedokli un dalītos pieredzē, kas viņuprāt ir galvenie kooperatīva klientu apmierinātību ietekmējošie faktori darba autore veica interviju ar trīs lielāko kooperatīvu vadītājiem. Intervijas tika veiktas telefoniski, atbildot uz darba autores uzdotajiem jautājumiem. Ekspertiem tika uzdoti jautājumi, lai noskaidrotu kopējo kooperatīva klientu apmierinātību un uzzinātu galvenos, apmierinātību ietekmējošos faktorus.

Rezultāti

Pamatojoties uz graudkopības nozares specifikas un ekspertu viedokli, galvenos kooperatīva biedru apmierinātību ietekmējošos faktorus var iedalīt šādās grupās -

Uzņēmuma darbības principi –

- zemnieku saimniecības pašas kontrolē uzņēmuma gaitu;
- kooperatīvā graudkopji darbojas paši sev, ietekmējot peļņas

Sniegtie pakalpojumi –

- graudu pirmapstrādes procesa efektivitāte - graudu kaltēšana, tīrīšana un kodināšana
- graudu realizācijas process;
- kvalitatīvs un moderns aprīkojums;
- augstas jaudas iekārtas gatavās produkcijas iegādei.

Preces un produkti –

- plašs pieejamais produktu spektrs - minerālmēsli, augu aizsardzības līdzekļi, sēklas;
- plašs tehniskā nodrošinājuma un detaļu apjoms;
- visas nepieciešamās izejvielas vienuviet.

Cenas, apmaksas nosacījumi –

- lētāks pakalpojuma tarifs;
- iespēju realizēt savu saražoto produkciju par augstāku cenu;
- drošība bez agresīvām kreditēšanas iespējām (salīdzinot ar banku);
- iespēja atlikt preču apmaksu uz rudeni.

Personāls -

- zinoši un atsaucīgi darbinieki;
- iespēja saņemt speciālistu padomus jebkurā laikā

Iespējas –

- izglītojoši un informatīvi pasākumi;
- kooperatīvie pasākumi, ceļojumi.

Secinājumi

1. Klientu apmierinātības veidošanās ir process, kurš balstās uz vairākiem svarīgiem posmiem, kuru pamatā ir klientu cerību un prasību izpilde, kas sevī ietver gan kvalitatīva piedāvātā produkta vai pakalpojuma nodrošināšanu, gan patīkamu un pienācīgu apkalpošanas kvalitāti un saskarsmi ar uzņēmumu.

2. Pastāv vairāki nozīmīgi faktori, kas ietekmē klienta apmierinātību - produkta un pakalpojuma kvalitāte, cena, uzņēmuma specifikas iezīmes, pēcpārdošanas serviss, uzņēmuma kultūra, klienta personīgā pieredze, emocionālais stāvoklis, apkārtējo cilvēku viedoklis.

3. Graudkopības nozarē nozīmīgu lomu uzņēmumu vidū veido tieši kooperatīvi, kas apvieno savus klientus – kooperatīva biedrus. Tā kā graudkopības nozares kooperatīviem ir specifiska darbība, tad klientu apmierinātības faktorus, galvenokārt, ietekmē ar kooperatīvu saistītajiem sniegtajiem pakalpojumiem.

4. Galvenie graudkopības nozares klientu apmierinātību ietekmējošie faktori ir saistīti ar graudkopības nozares specifiskajām īpašībām. Galvenie apmierinātību ietekmējošie faktori pamatojas uz uzņēmumu darbības principiem, sniegtajiem pakalpojumiem, piedāvātajiem produktiem, cenas un apmaksas nosacījumiem, un papildus iespējām.

Bibliogrāfiskais saraksts

Chambers, Z. (2016). The importance of customer satisfaction. [skatīts 13.03.2018]. Pieejams: https://www.nicereply.com/blog/importance-of-customer-satisfaction/

Gūte, G. (2017). Latvijas graudkopji stabili konkurē pasaulē. [skatīts 20.03. 2018]. Pieejams: https://www.diena.lv/raksts/uznemeja-diena/razosana/latvijas-graudkopji-stabili-konkure-pasaule-14175369

Latvijas Republikas Zemkopības ministrija. Latvijas lauksaimniecība 2017. [skatīts 13.03.2018]. Pieejams: https://www.zm.gov.lv/public/files/CMS_Static_Page_Doc/00/00/01/10/04/fs01usersLinda.BirinaDesBirina2017_lauksaimniecibasgadazinojums.pdf

Niedrītis, Ē., J. (2008). Mārketings. Rīga: SIA "Biznesa augstskola Turība"

"Satisfied custumers" (2013). [skatīts 05.02.2018]. Pieejams: http://www.startupnation.com/business-articles/1103/1/AT_What-CustomersWant.asp

"Satisfied custumers" (2013). [skatīts 05.02.2018]. Pieejams: http://www.startupnation.com/business-articles/1103/1/AT_What-CustomersWant.asp

Тарелкина Т.В. (2006) Мониторинг удовлетворённости клиентов. [skatīts 21.03.2018]. Pieejams: http://www.axima-consult.ru/stati-monud\

ZBC Latvija. (2005). KVS izveidošana, ieviešana un uzturēšana. Rīga: "Biznesa partneri".

Anastasija Starceva. PROFESIONĀLĀ IZDEGŠANA UN TĀS PROFILAKSE PAKALPOJUMU UZŅĒMUMĀ

Alberta koledža

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Profesionālā rutīna, mērķu trūkums, stress un karjeras izaugsmes trūkums veicina profesionālās izdegšanas attīstību, tas ietekmē gan darbu, gan personīgo dzīvi. Pakalpojumu uzņēmumā ir darbinieki, kuri cieš no profesionālās izdegšanas, rezultātā vairāki darbinieki vēlās aiziet no darba, līdz ar to jautājums par profesionālu izdegšanu un tā novēršanas iespējam ir aktuāls. Tas viss rada priekšnoteikumus profesionālās izdegšanas sindromam.

Pētījuma mērķis ir izpētīt profesionālās izdegšanas teorētiskās nostādnes un tās ietekmi uz darbiniekiem pakalpojumu sniegšanas uzņēmumā, noteikt profesionālās izdegšanas profilakses metodes, priekšlikumus.

Pētījuma metodes: Pētījumā tika izmantota teorētiskās analīzes metode (literatūras un interneta resursu analīze), aptauja (anketēšana), intervija, statistiskās analīzes metode (aptaujas rezultātu apkopojums un analīze), SVID analīze (iestādes stipro un vājo pušu un iespēju un draudu noteikšana), kā arī tika izmantota grafiskā metode (aptaujas rezultātu grafiskais atspoguļojums).

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma mērķis tika sasniegts. Profesionālās izdegšanas sindroms ir raksturīgs dažādu profesiju pārstāvjiem, tomēr augstāks risks ir tām, kurās ir intensīva saskarsme ar cilvēkiem. Darbinieki, kas katru darba dienu sastopas ar citu cilvēku problēmām un sāpēm, ir disponēti izdegšanai. Aptaujas rezultāti parādīja, ka pakalpojumu uzņēmumā darbinieki vairumā cieš no profesionālās izdegšanas. Anketēšanas rezultāti atbilst teorijai, ka augstas profesionālās izdegšanas pakāpē pastāv korelācija starp emocionālo pārgurumu un depersonalizāciju. Starp darbinieku stāžu, vecumu un profesionālu izdegšanu pastāv saite (starp darba stāžu un depersonalizāciju pastāv ļoti vāja pozitīva korelācija (r = 0.01); starp darba stāžu un emocionālo pārgurumu pastāv ļoti vāja pozitīva korelācija (r = 0.02); starp darba stāžu un personīgu sasniegumu redukciju ir vāja negatīva korelācija (r = - 0.03)). Augstas pakāpes profesionālā izdegšana ir raksturīgākā darbiniekiem ar ilgstošu darba stāžu.

Atslēgas vārdi: profesionālā izdegšana; stress, darbinieks; pārvarēšanas stratēģijas; profilakse.

Ievads

Profesionālā rutīna, mērķu trūkums, stress un karjeras izaugsmes trūkums veicina profesionālās izdegšanas attīstību, tas ietekmē gan darbu, gan personīgo dzīvi. Pakalpojumu uzņēmumā ir darbinieki, kuri cieš no profesionālās izdegšanas, rezultātā vairāki darbinieki grib aiziet no darba, līdz ar to jautājums par profesionālu izdegšanu un tā novēršanas iespējam ir aktuāls. Tas viss rada priekšnoteikumus profesionālās izdegšanas sindromam.

Pētījuma mērķis ir izpētīt profesionālās izdegšanas teorētiskās nostādnes un tās ietekmi uz darbiniekiem pakalpojumu sniegšanas uzņēmumā, noteikt profesionālās izdegšanas profilakses metodes, priekšlikumus. Pētījumu mērķa sasniegšanai ir izvirzīti sekojoši uzdevumi:

1) izpētīt profesionālās izdegšanas teorētiskos aspektus un sagatavot pārskatu par izpētes rezultātiem,
2) sagatavot aptaujas anketu un veikt darbinieku aptauju,
3) apkopot un analizēt aptaujas rezultātus,
4) apkopot secinājumus un formulēt priekšlikumus.

Pētījumā tika izmantota teorētiskās analīzes metode (literatūras un interneta resursu analīze),

aptauja (anketēšana), intervija, statistiskās analīzes metode (aptaujas rezultātu apkopojums un analīze), SVID analīze (iestādes stipro un vājo pušu un iespēju un draudu noteikšana), kā arī tika izmantota grafiskā metode (aptaujas rezultātu grafiskais atspoguļojums).

Literatūras analīze

Profesionālā izdegšana - tā ir nelabvēlīga reakcija uz stresu darbā, kura ietver sevī psiholoģisku, psihofizioloģisku un uzvedības komponentes. (D. Grinbergs) Profesionālā izdegšana ir sarežģīts ***psihofizioloģiskais*** fenomens. Ja darba prasības pārsniedz darbinieku iespējas, tad notiek psihofizioloģiskā stāvokļa traucējums, kas disbalansa pastiprinājuma gadījumā izraisa profesionālu izdegšanu. Profesionālā izdegšana nav pašu cilvēku izraisīta problēma, bet problēma ceļas no sociālās vidēs, kurā cilvēks strādā. Kad rodas neatbilstības darbavietā, tādas kā darba pārslodze, kontroles trūkums, nepietiekams atalgojums, darbinieku sadalījums, godīguma trūkums, vērtību konflikts – palielinās profesionālas izdegšanas rašanas varbūtība.

1982. gadā ASV pētnieki K.Maslača (Maslach) un S.Džeksons (Jackson) izstrādā "izdegšanas" sindroma trīs komponentu modeli. Saskaņā ar kuru "izdegšana" tiek izprasta kā emocionālā pārguruma, depersonalizācijas un personības sasniegumu redukcijas sindroms:

1. **Emocionālais pārgurums** - personisko emocionālo resursu izsīkums - cilvēks kļūst emocionāli iztukšots. Parādās pirmie stresa simptomi, īpaši smagos gadījumos vērojams emocionālais sabrukums.
2. **Depersonalizācija -** otrais komponents izpaužas deformētās attiecībās ar citiem cilvēkiem. Darbinieku raksturo bezjūtīga, ciniska attieksme pret citiem - klientiem, padotajiem, kolēģiem, priekšniecību.
3. **Personīgo sasniegumu redukcija** - darba kompetences izjūtas pazeminināšanās. Trešais "izdegšanas" komponents var izpausties: kā tendence būt negatīvam pret sevi, savu profesionālo sasniegumu un panākumu negatīvu novērtējumu (sevis negatīva uztveršana); kā negatīvisms pret profesijas pozitīvajām pusēm un iespējām; kā savu iespēju, pienākumu pret citiem ierobežošana (niecības izjūta).

Izdegšana var būt atbildes reakcija uz ilgstošu stresu, bet tas nav tas pats, kas pārāk daudz stresa. Stress atbild par *pārāk daudz*: pārāk liels spiediens, kas prasa pārāk daudz fizisko un psiholoģisko atbildi no cilvēka. Izdegšana, no otras puses, atbild par *nepietiekoši:* justies iztukšotam, nebūt motivētam, vienaldzīgam. (Burnout prevention and recovery, 2016) Autore uzskata, ka profesionālai izdegšanai nav pastāvīga stāvokļa. Cilvēku emocijas nav statiskas, tāpēc kad motivācijas līmenis samazinās, darbinieka izdegšanas pakāpe palielinās.

Faktorus, kas saistīti ar profesionālu izdegšanu, var iedalīt divas grupas: individuālie un organizācijas faktori.

<u>Individuālie faktori:</u>

- Vecums – pētījumu dati liecina, ka visjūtīgākie šai jomā ir cilvēki 19–30 gadu vecumā. Jaunu cilvēku nosliece uz izdegšanu tiek skaidrota ar emocionālo šoku, kuru viņi izjūt, saskaroties ar reālo īstenību, kas bieži nesakrīt ar to, ko viņi ir gaidījuši.
- Dzimums - daži pētījumi rāda, ka profesionālo izdegšanu vairāk izjūt sievietes, daži, ka vīrieši. Ir noteikts, ka vīriešiem ir ievērojami lielāki depersonalizācijas rādītāji, savukārt sievietes vairāk tiek pakļautas emocionālam izsīkumam.
- Ģimenes stāvoklis - tie, kuri nav precējušies (galvenokārt vīriešu).
- Izglītības līmenis - cilvēki ar augstāko izglītību (paaugstināts prasīgums). Arī cilvēki, kuri ir spiesti strādāt zemākas kvalifikācijas darbus.
- Personības īpatnība - zema pašcieņa (pašvērtējums), "darbaholisms", personības neelastīgums, izteikta agresivitāte, tieksme visu kontrolēt, bezspēcības izjūta, nespēja

veidot robežas, tieksme konkurēt, vienmēr būt vislabākajam, neprasme deleģēt pienākumus. (Job burnout, 2001)

Organizācijas faktori:

- Darba apstākļi - slodzes palielināšana darbībā, papildus darbs, nepareizu darbu izpilde stimulē izdegšanu, laika trūkums.
- Darba saturs – rutīna.
- Sociāli psiholoģiskie faktori - nozīmīga loma sociālajam atbalstam. Darbiniekiem nozīmīgākais ir administrācijas atbalsts. Vadītāju atbalsts ir svarīgāks, nekā atbalsts no kolēģiem.
- Darbinieku stimulēšana - nepietiekams atalgojums vai tā neesamība veicina izdegšanas rašanos.
- Netaisnība – nevienlīdzīga darba slodze, atalgojums, krāpšana, novērtēšana vai paaugstinājums amatā.
- Stūres konflikts un stūres divdabīga - pretruna starp darbinieka veicamajām funkcijām (neskaidrība par darba pienākumiem). (Darbinieku profesionālā izdegšana, 2004)
- Darba kompetence – bija izpētīta kā profesionālās izdegšanas prognozētājs (tādā ziņā, ka darba kompetence sekmēs vai kavēs to), kā arī profesionālas izdegšanas rezultāts (tādā ziņā, ka darba kompetence pārstāvē mēģinājumus kā tikt galā ar profesionālu izdegšanu). Pētījumi parādīja, ka strukturālo darbu resursu palielināšana (patstāvība, daudzveidība un attīstības iespējas) negatīvi ietekmē uz darba kompetenci un tas tieši saistīts ar profesionālo izdegšanu un netieši ar strukturālo resursu izpratni. (Burnout at work: a psychological perspective, 2014)

Autore secina, ka darbinieki, kuri katru darba dienu sastopas ar citu cilvēku problēmām un sāpēm ir disponēti izdegšanai. Profesionālā izdegšana ir vairāku faktoru kombinācija, kurā laikā pastiprinās nelabvēlīgas situācijas uztvere, kas padziļina profesionālu izdegšanu. Darbinieki var izturēt lielākas darba slodzes, ja viņi vērtē darbu un jūt, ka dara kaut ko svarīgu vai viņi jūtas labi atalgoti par darbu.

Izdegšanas profilaksi var iedalīt trīs grupās:

1) organizatoriski pasākumi - pielieto, lai mainītu jeb uzlabotu darba vidi, darba specifiku un darba metodes. Organizatoriski pasākumi, kas varētu novērst izdegšanas sindroma veidošanos: atbilstošs atalgojums kombinācijā ar darba slodzes kontrolēšanu, regulāru novērtēšanu un pielāgošanu, darba rotācija, atgriezeniskās saites nodrošināšana, formāla un neformāla atbalsta nodrošināšana. Darbiniekiem profesijā jāatrod laiks mācībām un kvalifikācijas celšanai - darbā vismaz ceturtdaļa laika jāatvēl nevis rutīnai, bet saskarsmei ar jaunu informāciju. (Darbinieku profesionālā izdegšana, 2004)

2) uz indivīdu vērsti pasākumi - pielieto, lai nodrošinātu un vairotu darbinieka resursus, kas nepieciešami konkrētā darba veikšanai). Lai izvairītos no izdegšanas, svarīgi sevi pazīt - zināt savas spēcīgās puses, talantus un resursus, kā arī zināt savus ierobežojumus, vājās vietas personībā, domāšanas veidā, uzvedībā. Dzīvei ārpus darba ir ļoti liela nozīme. Jāatrod nodarbošanos, kas patiešām aizrauj un sniedz jaunus izaicinājumus, tomēr nav saistīta ar darbu. Arī ir nepieciešama pilnvērtīga, kvalitatīva atpūta.

3) kombinēti izdegšanas profilakses pasākumi - ir visefektīvākie un ar ilgtermiņa efektu. Vislabākie panākumi, ja tiek kombinēti gan organizatoriski pasākumi, gan uz indivīdu vērsti pasākumi. (Ko darīt ārstam, ja viņš jūtas izdedzis?, 2015)

Metodoloģija

Pētījuma ietvaros tika aktualizēta tēma par darbinieku profesionālu izdegšanu un tās profilaksi

uzņēmumā "A". Pētījumu norisei tika veikta anketēšana, intervija. Pētījuma laikā bija intervēts bijušais darbinieks, kas pēc neilga pārtraukuma (5 mēneši) atgriežas uzņēmumā.

Darbiniekiem bija jāaizpilda «Maslach Burnout Inventory» (MBI) testu. MBI tests ir paredzēts, lai mērītu izdegšanas sindroma aspektus. Aspekti ir uzrakstīti apgalvojuma veidā par personiskām jutām un attieksmi (piemēram, "Es jutu, ka darbs mani nocietinā."). Aspekti attiecas uz cilvēkiem, kuriem darbinieks, kas aizpildīja testu, sniedza pakalpojumus, rūpes. Apgalvojumi attiecas uz biežumu, kādā respondents pieredze tas. Biežums ir attēlots septiņu punktu skalā, kur 0 = nekad, 1 = pāris reizes gadā, 2 = reizi mēnesī vai retāk, 3 = dažas reizes mēnesī, 4 = reizi nedēļā, 5 = dažas reizes nedēļā, 6 = katru dienu.

MBI testu darbinieki aizpildīja atkārtoti. Pēc iepriekšējas anketēšanas, kas notika 2016.gadā, visi darbinieki bija iepazīstināti ar rezultātiem, visiem darbiniekiem bija izstāstīti profilakses metodes.

MBI tests sastāv no 3 daļām:

- pirmā daļa, kurā tiek izskatīts emocionālais pārgurums; apraksta jūtas, kad respondents ir emocionāli iztukšots un pārgurst no darba.
- otrā daļa, kurā tiek izskatīta depersonalizācija (cinisms); apraksta bezjūtīgu un bezpersonisku respondenta reakciju uz apkalpošanu.
- trešā daļa, kurā tiek izskatīta personīgo sasniegumu redukcija; apraksta kompetences un veiksmīgus sasniegumus darbā ar cilvēkiem.

Rezultāti

Tabula 1. Anketēšanas rezultātu salīdzinājums 2016./2017.g, punktu skaits (Avots: autora aprēķini)

	Emocionālais pārgurums		***Depersonalizācija***		***Personīgo sasniegumu redukcija***	
Darbinieks	2016.g.	2017.g.	2016.g.	2017.g.	2016.g.	2017.g.
1 (s.), 40-50 gadu veca	11	16	3	9	35	33
2 (v.), 60 - 70 gadu vecs	19	19	6	12	33	31
3 (s.), 50-60 gadu veca	3	11	2	7	21	28
4 (s.), 20-30 gadu veca	18	21	12	16	25	26
5 (s.), 40-50 gadu veca	17	18	21	30	22	28
6 (s.), 40-50 gadu veca	12	14	10	12	28	24
7 (s.), 40-50 gadu veca	3	16	4	24	28	24
8 (s.), 20-30 gadu veca	29	35	29	34	12	19
9 (s.), 40-50 gadu veca	12	12	9	10	45	35
10(v.), 30-40 gadu vecs	25	27	29	31	12	20

No iegūtiem rezultātiem, autors var secināt, ka uzņēmuma "A" darbinieki vairumā cieš no profesionālas izdegšanas. Iegūtie rezultāti atbilst teorijai, ka augstas profesionālās izdegšanas pakāpē pastāv korelācija starp emocionālo pārgurumu un depersonalizāciju. Darba ietvaros bija

aprēķināts korelācijas koeficients, lai pārbaudītu vai iegūtie dati ir pareizi. Korelācijas koeficients starp emocionālo pārgurumu un depersonalizāciju pastāv un ir 0.78 (starp datiem ir cieša sakarība).

Darbinieki, kam iepriekšējā gadā bija noteikta augsta profesionālas izdegšanas pakāpe bija brīdināti par iespējamām sekām. Šajā periodā daži darbinieki mēģināja vairākus profilakse metodes: kvalitatīvā atpūta, fiziskas aktivitātes, pietiekams laiks miegam, regulāras ēdienreizes. Vidējais aritmētiskais rādītājs 2017.gadā visām daļām bija lielāks nekā 2016.gadā. Vislielākā atšķirība ir novērojama otrajā daļā – depersonalizācijā. Vidējais aritmētiskais radījums 2016.gada bija 12,5, 2017.gadā tas ir 18,5. Pēc autores domām, tas varētu būt saistīts ar to, ka darbinieki atzīme, ka šobrīd ir ļoti grūti strādāt apkalpošanas sfērā.

Autore nolēma pārbaudīt hipotēzi, ka starp darbinieku stāžu, vecumu un profesionālu izdegšanu pastāv saite. Starp izdegšanas pakāpi un darba stāžu pastāv vāja pozitīva korelācija (r = 0.35). Skatoties atsevišķi starp darba stāžu un depersonalizāciju pastāv ļoti vāja pozitīva korelācija (r = 0.01). Tas pats atteicas uz saiti starp darba stāžu un emocionālo pārgurumu (r = 0.02). Starp darba stāžu un personīgu sasniegumu redukciju ir vāja negatīva korelācija (r = - 0.03). Augstas pakāpes profesionālā izdegšana ir raksturīgākā darbiniekiem ar ilgstošu darba stāžu (vidējais darba stāžs 5 – 10 gadi).

Autore vēlas vērst uzmanību uz 8.darbinieka rezultātiem, šim darbiniekam bija vislielākais punktu skaits, kas nozīme, ka šim darbiniekam ir visaugstākā izdegšanas pakāpe. Šis gadījums ir interesants ar to, ka darbinieks pēc pieciem gadiem nolēma aiziet no darba, bet pēc dažiem mēnešiem atgriežas atpakaļ darbā. Pēc anketēšanas, darba autore, nolēma intervēt šo darbinieku. Darbinieks, kā iemeslu aiziešanai no darba, bija nosaucis neapmierinātību ar darba apstākļiem. Uzņēmumu vadītājs neuzstāda nekādus mērķus. Sanāk tā, ka darbiniekiem vienīgais mērķis ir viņu alga. Uzņēmumā "A" pastāv tikai monetārā motivācija. Darbinieki tiek fokusēti uz naudu kā uz sava darba jēgu. Daži pētījumi secina, ka monetārā atlīdzība negatīvi ietekmē cilvēka personīgo pamatojumu (cilvēks patiesībā ir pazaudējis sevi, savus talantus, neizmanto savu potenciālu). Par vēl vienu iemeslu aiziešanas no darba, darbinieks nosauc – profesionālo neattīstību. Pēc darbinieku domām, šis faktors ir ļoti svarīgs, jo uzņēmums darbojas tāda jomā, kurā katru pusgadu notiek izmaiņas, paplašinās pakalpojumu klāsts. Darbinieku vairākums pēc anketēšanas atzīmēja šo faktoru par negatīvu. Darbinieki neattīstās, apkalpojot klientus jūtas nedroši un nekompetenti dot konsultāciju, kas kopumā rada papildu stresu. Pēc neliela pārtraukuma (dažiem mēnešiem) darbinieks nolēma atgriezties uzņēmumā "A". Tam bija vairāki iemesli. Pēc pārrunām ar vadītāju, darbinieks uzzināja, ka izmainījās darba apstākļi (izmainījās monetārā motivācija, uzlabojas darba slodze). Pēc darbinieka vārdiem, profesionālas izdegšanas simptomi (noguruma sajūta, biežās garastāvokļa pārmaiņas, cinisms, nevēlēšanās sarunāties ar cilvēkiem) atgriežas pēc vairākām nedēļām. Līdzekļi, kas iepriekš palīdzēja tikt galā ar simptomiem, šoreiz jau nestrādāja. Emocionālais pārgurums bija tik liels, ka pēc darbinieku vārdiem, viņam iesākās depresija. Apsverot visus par un pret, darbinieks nolēma aiziet prom no darba. Kopš aiziešanas no darba ir pagājuši vairāki mēneši, bet darbinieks joprojām cīnās ar profesionālas izdegšanas sekām.

Secinājumi

Apkopojot rezultātus, secināms, ka pētījuma mērķis tika sasniegts. Autore var secināt, ka pakalpojumu uzņēmumā "A" darbinieki vairumā cieš no profesionālās izdegšanas. Darbinieki, kas katru darba dienu sastopas ar citu cilvēku problēmām un sāpēm, ir disponēti izdegšanai.

Darbinieki atzīmēja, ka rutīna, mērķu trūkumu, stress un karjeras izaugsmes trūkums veicina profesionālās izdegšanas sindroma attīstību. Vadītājam jāpārrunā ar darbiniekiem firmas izaugsmes perspektīvas. Ir jāveicina darbinieku piedalīšanos kvalifikācijas paaugstināšanas kursos, semināros u. tml. Uzņēmuma "A" vadītājam vajag ievest nemonetārā motivācijas sistēmu (piemēram: pēc noteikta nostrādāta laika darbinieks saņem veselības apdrošināšanas polisi;

pasākumi (Ziemassvētku ballīte, bērnu pasākumi, team building pasākumi); apmācību un attīstības iespējas).

Bibliogrāfiskais saraksts

Darbinieku profesionālā izdegšana [Elektroniskais resurss]. – Tiešsaistes pakalpojums. – Nosaukums no tīmekļa lapas. – Resurss apskatīts 2017.gada 10.novembrī. – Pieejas veids:

http://apollo.tvnet.lv/zinas/darbinieku-profesionala-izdegsana/291045

Izdegšanas sindroms [Elektroniskais resurss]. – Tiešsaistes pakalpojums. – Nosaukums no tīmekļa lapas. – Resurss apskatīts 2017.gada 9.septembrī. – Pieejas veids:

http://psihosomatika.lv/public/files/MedicusBonus_04_02.pdf

Izdegšanas sindroms [Elektroniskais resurss]. – Tiešsaistes pakalpojums. – Nosaukums no tīmekļa lapas. – Resurss apskatīts 2017.gada 20.septembrī. – Pieejas veids:

http://www.medicine.lv/raksti/izdegsanas-sindroms

Leiter M., Maslach C., Schaufeli W. Burnout: 35 years of research and practice [Elektroniskais resurss]. – Tiešsaistes pakalpojums. – Resurss apskatīts 2017.gada 6.septembrī.Pieejas veids: http://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/311.pdf

Masclach C., Leiter M., Bakker A. Burnout at work: a psychological perspective. – New York: Psychology Press, 2014. – 34.-42.lpp.

Potter B. Overcoming job burnout: how to renew enthusiasm for work. – Oakland: Ronin Publishing, 2005. – 13.-14.,18.lpp.

Inese Mjadeļeca. MOBINGS UN TĀ NOVĒRŠANAS IESPĒJAS VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒ

Alberta koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", inese.mjadeleca@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Cilvēku savstarpējas attiecības darba vietā ir ļoti svarīgs faktors darba ražīgumam un attīstībai. Mobings ir psiholoģiskais terors, kuram darba vietā pakļauts var būt ikviens – gan vadītājs, gan darbinieks. Diemžēl mobinga rezultātā var pasliktināties ne tikai organizācijas kultūra kolektīvā, kas mazina darba spējas, bet var arī būtiski ietekmēt darbinieka veselību, kā rezultātā darba spējas var zust pilnībā, bet organizācija gan zaudē reputāciju, gan pārstāj attīstīties. Mobings var būt jebkurā kolektīvā – gan privātā uzņēmumā strādājošo, gan jebkuras valsts pārvaldes iestādē strādājošo vidū, līdz ar to tēma par mobingu ir aktuāla un nozīmīga.

Pētījuma mērķis: Izpētīt mobinga teorētiskās nostādnes un tā ietekmi uz darbiniekiem valsts pārvaldes iestādē, nosakot tā novēršanas priekšlikumus. Pētījums tika veikts valsts pārvaldes iestādē "X".

Pētījuma metodes: Pētījumā tika izmantota monogrāfiskā metode (literatūras un interneta resursu analīze), aptaujas (anketēšana), daļēji strukturētas intervijas, statistiskās analīzes metode (aptaujas, interviju rezultātu apkopojums un analīze), SVID analīze (iestādes stipro un vājo pušu un iespēju un draudu noteikšana), grafiskā metode (aptaujas rezultātu grafiskais atspoguļojums), kā arī sintēzes metode (rezultātu iegūšana).

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā tika noskaidrots, vai "X" iestādes darbinieki ir informēti, kas ir mobings, vai un ar kādām mobinga izpausmēm ir nācies saskarties darba vietā, arī tika novērtēts, vai piedzīvotās mobinga izpausmes ir uzskatāmas par mobingu. Pētījuma rezultātā tika izvirzīti priekšlikumi mobinga iespēju mazināšanai valsts pārvaldes iestādē "X".

Atslēgas vārdi: mobings, psiholoģiskais terors; stress darba vietā, valsts pārvaldes iestāde.

Ievads

Katras veiksmīgas vai gluži pretēji – neveiksmīgas organizācijas pamatā ir cilvēku intelektuālais un/vai fiziskais darbs. Veiksmīga organizācija ir tāda organizācija, kas sasniedz savus mērķus. Savukārt organizācijas mērķu sasniegšanā būtisku lomu ieņem darbinieki, kas ir vieni no vērtīgākajiem organizācijas resursiem. Pēc autores domām, kolektīvs, kas ir vienots, kura starpā valda savstarpēja cieņa un tolerance, ir daudz efektīvāks savā darbā nekā kolektīvs, kurā šīs tolerances un savstarpējās cieņas trūkst. Tieši tādēļ ir svarīgi darbinieku vidū veicināt piederības sajūtu un vienotību. Cilvēku savstarpējas attiecības darba vietā ir ļoti svarīgs faktors darba ražīgumam un attīstībai.

Darba mērķis ir izpētīt mobinga teorētiskās nostādnes un tā ietekmi uz darbiniekiem valsts pārvaldes iestādē, nosakot tā novēršanas priekšlikumus. Pētījums tika veikts valsts pārvaldes iestādē "X".

Lai sasniegtu darba mērķi, tika izvirzīti šādi uzdevumi:1) izpētīt un analizēt literatūrā un internetā pieejamo informāciju par mobingu, un sagatavot pārskatu par analīzes rezultātiem; 2) sagatavot valsts pārvaldes iestādes raksturojumu, veicot SVID analīzi; 3) sagatavot aptaujas anketu un veikt darbinieku aptauju, apkopot un analizēt iegūtos aptaujas rezultātus; 4) sagatavot jautājumu un intervēt personāla vadītāju, vadību, apkopot un analizēt iegūtos aptaujas rezultātus; 5) apkopot secinājumus un formulēt priekšlikumus mobinga novēršanai valsts iestādē.

Pētījumā tika izmantota monogrāfiskā metode (literatūras un interneta resursu analīze),

aptaujas (anketēšana), daļēji strukturētas intervijas, statistiskās analīzes metode (aptaujas, interviju rezultātu apkopojums un analīze), SVID analīze (iestādes stipro un vājo pušu un iespēju un draudu noteikšana), grafiskā metode (aptaujas rezultātu grafiskais atspoguļojums), kā arī sintēzes metode (rezultātu iegūšana). Pētījumā iegūtie rezultāti raksturoti raksta noslēgumā.

Mobings, tā cēloņi un sekas

Vārds "mobings" ir kļuvis teju vai populārs, un to, iespējams, ir dzirdējis gandrīz katrs, kas strādā vai vēl mācās skolā. Vieni, atbildot uz jautājumu, kas ir mobings, teiks, ka tas ir psiholoģiskais terors darba vietā, citi – bērna apcelšana un aizskaršana skolā, tīša ļaunprātīga un ilgstoša darbība pret kādu personu u.c. Un katram būs taisnība, jo vārdam "mobings" šobrīd nav viennozīmīgas definīcijas. "Lai apzīmētu psiholoģisko vardarbību darba vietā, dažādos avotos un pētījumos pielieto dažādus terminus: mobings (mobbing, mobbying), bulings (bullying), psiholoģiskais terors, psiholoģiska vardarbība, bosings (bashing, no angļu „bash" – uzbrukums), morālā uzmākšanās, vajāšana (victimisation) utt." ["Mobings darba vietā" 2012].

Darba autore, apzinot literatūru un interneta resursus par mobingu, noskaidroja, ka mobings tiek ģenētiski pārmantots un plaši izmantots dzīvnieku pasaulē. Bioloģijā ar mobingu tiek apzīmēta dzīvnieku vai putnu demonstratīvas darbības pret iespējamiem ienaidniekiem, kas ir citas sugas dzīvnieki vai putni ["Mobings: tā attīstības fāzes, profilakse un padomi" 2016]. Pirmais, kas veica nozīmīgu pētījumu par dzīvnieku vidū esošo mobingu, ir zinātnieks-etologs Konrāds Lorencs (Konrad Lorenz). Viņš secināja, ka dzīvnieku pasaulē potenciālais ienaidnieks vispirms saņem brīdinājuma triecienu no potenciālo upuru bara (grupas), kas mazina vēlmi uzbrukt. Šāda bara uzbrukumu piedzīvojušais dzīvnieks nākotnē biežāk pievērsīsies citas sugas dzīvnieku medībām. Turklāt mobings (bara uzbrukums) ir vērtīga mācība dzīvnieku jaunajai paaudzei, kas uzskatāmi parāda, ka bars (grupa) var kolektīvi nostāties pret ienaidnieku.

Tātad dzīvnieku pasaulē mobingam ir būtiska nozīme sugas pasargāšanā, izdzīvošanā. Nelielā mērā arī cilvēku vidū esošais mobings, autoresprāt, nozīmē izdzīvošanas skolu, kurā izdzīvo tikai stiprākais. Tomēr pastāv ārkārtīgi būtiska atšķirība starp mobingu dzīvnieku vidū un mobingu cilvēku vidū. Dzīvnieki mobingu vērš pret citas sugas pārstāvjiem, bet cilvēki – pret savu sugu. Autore uzskata, ka mobinga vēršana pret kādu no līdzcilvēkiem arī ir sava veida aizsardzības veids pret potenciālo apdraudējumu.

Viens no pirmajiem, kas sāka pētīt iekšējās psiholoģiskās vardarbības darba vietā ietekmi un cēloņus, ir zviedru profesors H.Leimans (Heinz Leymann). Viņš to identificēja kā mobingu un skaidroja to kā psiholoģisko teroru, kas ietver sistemātisku naidīgu un neētisku komunikāciju no vienas vai vairākām personām un vērstu galvenokārt pret vienu indivīdu ["Mobings darba vietā" 2012, Leimans 1990], savukārt pētniece M.Irigojena (Marie-France Hirigoyen) definējusi mobingu kā "jebkura aizskaroša rīcība ar vārdiem, žestiem, skatienu vai mutiski, kura atkārtoti vai sistemātiski aizskar personību, godu, personas fizisko vai psihisko integritāti, kā arī uzvedība, kas apdraud personas nodarbinātību vai degradē darba vietas atmosfēru." ["Mobings darba vietā" 2012]Vācu pētniece K.Halta (Konstanze Halt) definē, ka mobings ir pret kādu darbinieku vērsti nemitīgi apvainojumi un izsmiekls, lai panāktu, ka noteikta persona pamet darbu [Halta 2003].

Mobingam ir neskaitāmas definīcijas, taču īsi to varētu skaidrot kā uz vienu personu vērstu vienas vai vairāku personu psiholoģisku teroru, kura izpausmes formas ir sistemātiska un destruktīva kritika, pastāvīga emocionāla ietekmēšana un apzināta negatīva vēršanās pret personu ["Divkaujā ar mobingu" 2014], šeit gan jānorāda, ka pastāv dažādas teorijas par to, vai mobings ir vienas vai vairāku personu vēršanās pret upuri. Vieni šīs emocionālās varmākas izdala pēc skaita – ja terorizē viens, tad tas ir bulings (bullyng), ja terorizē vairāki – mobings [Čarbonneja 2015]. Šī darba ietvaros tiks lietots tikai viens termins – mobings.

Atbilstoši Leimana teorijai mobingu no īslaicīgiem kolēģu konfliktiem nošķir nodarījumu atkārtošanās, biežums un ilgums. Tātad nošķiršanas fokuss ir vērsts uz biežumu un ilgumu

(piemēram, katru dienu ilgstošā periodā), nevis uz to, kas tieši tiek darīts. Leimans pat aprēķinājis, ka mobings notiek tad, ja attiecīgas darbības tiek veiktas pret darbinieku reizi nedēļā vismaz sešu mēnešu periodā ["Mobings darba vietā" 2012].

Literatūrā ir atrodama informācija, ka mobingam ir trīs veidi: fiziskais mobings ir saistīts ar spēka pielietošanu pret otru cilvēku; verbālais mobings ir vārdiska pazemošana, apsmiešana, izjokošana, aprunāšana, iebiedēšana; izstumšana jeb slēptais mobings ir, kad cilvēks tiek izstumts no grupas, tiek ignorēts, izolēts, izturas tā, it kā viņa nemaz nebūtu [Ozola 2011].

Interneta resursos ir atrodama informācija par to, ka pastāv vēl arī ceturtais mobinga veids – kibermobings jeb kibervardarbība. Kibermobingā upurim liek ciest, izmantojot telefonu vai internetu, viņam tiek sūtītas vēstules ar draudiem vai apvainojumiem, ļaunas vēstules vai fotogrāfijas tiek izvietotas internetā utt. ["Skola bez vardarbības" 2014]. Tātad, attīstoties tehnoloģijai un tās izmantošanas iespējām, netieši tiek dota iespēja arī mainīties mobinga izpausmes veidiem. Var secināt, ka mobings nav kāda konkrēta laika vai telpas parādība – tas var būt aktuāla problēma gan pašlaik, gan būt aktuāls pēc vairākiem gadu desmitiem, tikai izpaudīsies, iespējams, citādāk.

Profesore E.Ferrari uzskata, ka mobinga rašanās cēloņi ir dažādu faktoru rezultāts. Viņa norāda četrus faktorus, kas veicina mobinga rašanos: individuālais, situāciju, organizācijas un sociālais faktors. Individuālie faktori ir raksturīgi gan mobinga upurim, gan moberim, un par tādiem uzskatāmas abu pušu personiskās īpašības, rakstura iezīmes, kā arī īpatnēja uzvedība. Situāciju faktori izpaužas nevienlīdzībā, piemēram, dzimumu proporcija darba vietā, varas atšķirības (formāla (statusa) vai neformāla rakstura (pieredze)), tāpat pie sociālajiem faktoriem tiek norādīta nedrošība par darbu un stabilitāti. Organizācijas faktori tiek saistīti ar līderību un vadību, piemēram, mobingu var izraisīt autoritārs vadības stils vai neiejaukšanās politikas atbalstīšana. savukārt sociālie faktori ietver izmaiņas ekonomikā, straujas sociālās izmaiņas, ēnu ekonomika, kā arī noziedzības līmenis sabiedrībā [Ferrari 2004].

Par cēloņiem, kādēļ organizācijā rodas mobings, literatūrā tiek norādīti: reorganizācija, jauna vadība, savstarpēja konkurence, darba zaudēšanas risks, stress darba vietā, pārslodze, konfliktu risināšanas iemaņu trūkums, vāja vadība, nepiemērots vadības stils, vāja komunikācija un informācijas plūsma, baumu pienesēju vai sūdzību atbalstīšana, vājš komandas darbs u.c. [Halta 2003]. Darbinieku psiholoģiskais terors pret kolēģi lielākoties izpaužas intrigu, uzbrukumu kurināšanas, psiholoģiskas karadarbības un personības sagraušanas veidā.

Psiholoģiskais terors darbavietā ir veselībai un drošībai kaitīgs darba apstāklis, kas var radīt negatīvas sekas ne tikai pašam mobinga upurim, bet arī organizācijai kopumā. Liela loma mobinga izskaušanā vai nepieļaušanā ir vadītājam, jo viņam ir ne tikai vara, bet arī atbildība. Taču viens vadītājs, lai kā viņš censtos, nevar atrisināt mobinga situācijas, tāpēc ir jāiesaista un jāinformē viss kolektīvs: meklējot informāciju un izglītojoties; vienojoties par kolektīva uzvedības un ētikas normām; skaidri definējot, ka mobinga izpausmes organizācijā netiek atbalstītas un var tikt sodītas. Savukārt personai/indivīdam, kas piedzīvo mobingu, ir jāspēj saprast, ka par to nav jāklusē, ir jāmeklē atbalsts ne tikai pie vadītāja, bet arī kolektīvā.

Metodoloģija

Darba ietvaros tika sagatavota anketa, kuras mērķis bija noskaidrot, vai X iestādes darbinieki ir informēti par to, kas ir mobings, vai ir saskārušies ar mobinga situācijām, kā arī noskaidrot, kas pēc iestādes darbinieku domām būtu jādara, lai novērstu mobinga rašanās iespējas.

Pētījuma anketas izstrādei kā paraugs tika izmantots Jolitas Veinhardes (Jolita Vveinhardt) un Dalijas Štreimikienes (Dalia Streimikiene) pētījums "Anketa mobinga diagnosticēšanai darbinieku attiecībās" ["The questionnaire for diagnosing mobbing in employees relationship" 2015].

Anketēšana notika tiešsaistē, aizpildot google.com dokumentu veidlapas ietvaros izveidoto anketu: https://goo.gl/forms/DN9n0qk4SpVFM4lo1 Izveidojot anketu elektroniskā formātā un

lūdzot aizpildīt to tiešsaistē, aptaujas respondentiem tika nodrošināta pilnīga konfidencialitāte.

Tika saņemtas 24 aizpildītas anketas, kas visas bija aizpildītas korekti un bija izmantojamas datu apstrādei un analīzei. Kopumā anketas aizpildīja 16 (67%) sievietes un 8 (33%) vīrieši, kas veido 100%. Autoresprāt, atbildējušo respondentu skaits, ir pietiekams, lai veiktu pētījumu par mobingu un tā ietekmi uz respondentiem.

Rezultāti

Lai noskaidrotu, vai valsts pārvaldes darbinieki ir saskārušies ar mobingu, darba autore uzskatīja, ka vispirms ir jānoskaidro, vai darbinieki zina, kas ir mobings, tāpēc anketā kā pirmais jautājums tika uzdots: "Vai jūs zināt, kas ir mobings?". Kā nākamo autore vēlējās noskaidrot, vai respondenti ir piedzīvojuši pret sevi vērstu mobingu, vai ir bijuši aculiecinieki mobingam pret kolēģi, kā arī tika lūgts norādīt, vai respondents pats kādreiz ir bijis moberis.

Kā liecina aptaujas rezultāti, 13 cilvēki jeb 54% no 24 respondentiem uzskata, ka ir piedzīvojuši pret sevi vērstu mobingu, savukārt 11 respondenti (46%) ir norādījuši, ka nav piedzīvojuši pret sevi vērstu mobingu. Citāda aina paveras jautājumā par to, vai respondenti ir piedzīvojuši pret kolēģi vērstu mobingu – 20 (84%) no kopumā 24 respondentiem ir atbildējuši apstiprinoši. Neviens no respondentiem nav norādījis, ka pats ir bijis moberis.Autore uzskata – tas, ka neviens no respondentiem it kā nav bijis moberis, ir signāls tam, ka respondenti pilnībā neizprot mobinga jēdzienu un savu darbību, uzvedību nevērtē kritiski.

Mobingam ir daudz un dažādi izpausmju veidi. Lai uzzinātu, vai respondenti ir saskārušies ar kādu no mobinga izpausmēm, darba autore lūdza respondentiem atbildēt uz jautājumu, kurā bija iekļauti, autoresprāt, 13 tipiskākie mobinga izpausmju veidi. Respondentiem tika lūgts atbildēt ar "Noteikti nē", "Drīzāk nē", "Grūti pateikt", "Drīzāk jā" un "Noteikti jā".No visiem 24 cilvēkiem, kas aizpildīja anketu, 5 respondenti par visiem mobinga izpausmju veidiem norādīja, ka nav saskārušies ne ar vienu no tiem, atbildot ar "Noteikti nē" vai "Drīzāk nē". Četri no šiem respondentiem ir vīrieši.

Pārējo 19 respondentu atbildes autore apkopoja un izteica procentos.Iegūtajos rezultātos redzams, ka procentuāli lielākais skaits respondentu ir norādījuši, ka par viņiem regulāri tiekot baumots, kā arī viņi tiekot aprunāti – 10 respondenti (53%) uz jautājumu par aprunāšanu ir atbildējušu ar "Noteikti jā" un 5 respondenti (26%) atbildējuši ar "Drīzāk jā". Tāpat procentuāli liels skaits (42% atbildējuši ar "Noteikti jā") ir norādījuši, ka darba vietā regulāri ir piedzīvojuši situācijas, kad kolēģi ir meklējuši kļūdas viņu darbā un par tām ziņojuši vadībai. Kā nākamā biežāk norādītā mobinga izpausme ar ko saskārušies respondenti tiek norādīta rājiena vai aizrādījuma izteikšana kolēģu klātbūtnē – 6 respondenti jeb 32% ir norādījuši, ka "Noteikti jā" – viņiem regulāri tiekot izteikts rājiens kolēģu klātbūtnē, savukārt 8 respondenti (42%) uz šo jautājumu atbild ar "Drīzāk jā". To, ka iestādes darbinieki piedzīvo verbālo mobingu, apliecina arī tas, ka 6 respondenti (32%) ar "Noteikti jā" un 5 respondenti (26%) ar atbildi "Drīzāk jā" ir atbildējuši uz jautājumu, vai darba vietā ir saskārušies ar situāciju, kad kolēģi regulāri ir uzklieguši vai lamājušies. Autore uzskata, ka procentuāli lielais apgalvojošo atbilžu skaits apstiprina verbālā mobinga piedzīvošanu darba vietā, ir nopietns rādītājs tam, ka iestādē pastāv verbālais mobings, un ir nepieciešams veikt izglītojošus pasākumus, lai to novērstu.

Teorijā ir norādīts, ka par mobingu var runāt tad, ja konfliktsituācijas ir regulāras un ilgstošas – vismaz reizi nedēļā un ilgāk par sešiem mēnešiem. Lai noskaidrotu, vai iestādes darbinieki ir piedzīvojuši mobingu vai tomēr tikai atsevišķas konfliktsituācijas, darba autore savā aptaujas anketā kā nākamos iekļāva jautājumus par to, cik ilgstošs bijis mobings. Sākot ar šiem jautājumiem, atbildēt tika lūgts tikai tiem respondentiem, kas ir piedzīvojuši mobingu. Šajā anketas daļā atbildes sniedza 13 no 24 respondentiem. Tātad secināms, ka 13 cilvēki uzskata, ka ir piedzīvojuši pret sevi vērstu mobingu, bet 11 uzskata, ka to nav piedzīvojuši. Starp tiem 11 respondentiem, kas uzskatīja, ka nav izjutuši pret sevi vērstu mobingu, ir arī tie pieci respondenti, kas iepriekšējos jautājumos bija norādījuši, ka nav saskārušies ne ar vienu no

mobinga izpausmes veidiem. Pārējie 6 respondenti ir norādījuši, ka nav izjutuši pret sevi vērstu mobingu, tomēr ir piedzīvojuši atsevišķus mobinga izpausmes veidus.Tālāk tika analizētas to 13 respondentu atbildes, kas uzskatīja, ka ir izjutuši pret sevi vērstu mobingu.

Novērtējot respondentu sniegtās atbildes par mobinga ilglaicīgumu un regularitāti, autore secina, ka kopumā mobingu, atbilstoši H.Leimana teorijai, ir piedzīvojuši 8 cilvēki, kas norādīja, ka mobings bijis vismaz reizi nedēļā un ildzis 6 un vairāk mēnešus. Pārējie 5 respondenti, kas uzskata, ka ir piedzīvojuši mobingu, kļūdās, lai gan viņu sniegtās atbildes liecina par to, ka viņi ir piedzīvojuši dažādus mobinga izpausmes veidus.

Kā nākamo autore vēlējās noskaidrot, kas ir bijis moberis. Arī uz šo jautājumu atbildes bija jāsniedz tikai tiem, kas uzskatīja, ka ir piedzīvojuši mobingu. 46% (6) respondentu ir norādījuši, ka moberis ir bijis vadītājs, 23% (3) respondentu atbildēja, ka moberis ir bijis kolēģis. Tāds pats skaits respondentu (23% jeb 3) mobingu ir izjutuši gan no vadītāja, gan kolēģa puses, bet 8% (1) moberi ir bijuši vairāki kolēģi. Tātad lielākais vairums respondentu norādījuši, ka moberis ir bijis vadītājs. Tomēr, ja atgriežamies pie iepriekš secinātā, ka īstu mobingu piedzīvojuši 8 respondenti, un paskatoties tieši šo respondentu sniegtās atbildes par to, kas ir bijis moberis, paveras nedaudz citādāka aina – 5 respondenti norādījuši, ka moberis ir bijis vadītājs, 2 atbildēja, ka mobingu izjutuši no kolēģa, bet 1 sniedzis atbildi, ka moberis bijis gan vadītājs, gan kolēģis. Diemžēl lielākais vairums arī šajā gadījumā par moberi norāda vadītāju.

Kopumā secināms, ka mobings valsts pārvaldes iestādē "X" pastāv, turklāt ar to saskaras vairums respondentu. Anketēšanā tika pierādīts, ka ne visi darbinieki zina un izprot, kas ir mobings. Gandrīz visi respondenti norādījuši, ka ir saskārušies ar dažādām mobinga izpausmēm, taču liela daļa no tiem nav rīkojušies, lai atrisinātu mobinga konfliktu. Tā kā psiholoģiskais terors ietekmē cilvēku fizisko un psihoemocionālo stāvokli, ko apliecināja anketēšanas rezultāti, ir ļoti būtiski informēt un izglītot darbiniekus šajā jautājumā. Valsts pārvaldes iestādes darbinieki anketās kā būtiskākos mobinga rašanās iemeslus ir norādījuši vājas vadības spējas, konfliktu risināšanas iemaņu trūkumu, ko varētu novērst, ja personāla un struktūrvienību vadītāji apmeklētu piemērotus kursus, kā arī organizētu izglītojošus seminārus darbiniekiem.

Secinājumi

Darba mērķis ir sasniegts, uzdevumi izpildīti un, pamatojoties uz pētījuma rezultātiem, var secināt:

1. Terminam "mobings" nav vienas konkrētas definīcijas, taču tā galvenā nozīme ir viena – sistemātiska un ilglaicīga emocionāla vardarbība, kuras mērķis ir psiholoģisku ciešanu sagādāšana upurim.
2. Mobings var izpausties daudz un dažādos veidos, turklāt šie izpausmes veidi laika gaitā var mainīties, tāpēc mobings ir sarežģīti identificējams.
3. No visiem 24 cilvēkiem, kas aizpildīja anketu, tikai 5 respondenti par visiem mobinga izpausmju veidiem norādīja, ka nav saskārušies ne ar vienu no tiem. Šie rezultāti var liecināt, ka mobings var skart gandrīz jebkuru.
4. Četri no pieciem respondentiem, kas uzskata, ka nav piedzīvojuši mobingu, ir vīrieši, kas saskan ar teorijā pausto viedokli, ka mobingam vairāk var tikt pakļautas sievietes.
5. Analizējot aptaujas rezultātus, secināms, ka mobingu, atbilstoši H.Leimana teorijai, piedzīvojuši 8 cilvēki, kas norādīja, ka mobings bijis vismaz reizi nedēļā un ildzis 6 un vairāk mēnešus.
6. 5 no 8 aptaujā apzinātajiem iespējamiem mobinga upuriem norādīja, ka moberis ir bijis vadītājs, 2 atbildēja, ka mobingu izjutuši no kolēģa, bet 1 sniedzis atbildi, ka moberis bijis gan vadītājs, gan kolēģis. Tātad iestādē izplatīts vertikālais mobings – no augšas uz leju.

Bibliogrāfiskais saraksts

Divkaujā ar mobingu. – Resurss apskatīts 2017.gada 20.decembrī.Pieejas veids: tīmeklis http://skolasvards.lv/sleja/raksti/divkauja-ar-mobingu

Halta, K. Veiksmīga karjera vai mobings – psiholoģiskais terors darbā. –Rīga: Jumava, 2003.- 204 lpp.

Mobings darba vietā. – Resurss apskatīts 2017.gada 20.decembrī. Pieejas veids: tīmeklis http://www.lbas.lv/mobings.darba.vieta_29.02.2012_1.pdf

Ozola, B. Mobings jeb psiholoģiskais terors darba vietā. – Resurss apskatīts 2017.gada 20.decembrī.Pieejas veids: tīmeklis http://www.delfi.lv/beatrise-ozola-mobings-jeb-psihologiskais-terors

Skola bez vardarbības. – Resurss apskatīts 2017.gada 20.decembrī.Pieejas veids: tīmeklis http://www.tiesibsargs.lv/Skola_bez_vardarbibas_Skoleniem_un_Vecakiem_2014.pdf

Charbonneau C. Help stop emocional abuse in the workplace. – Resurss apskatīts 2017.gada 20.decembrī.Pieejas veids: tīmeklis https://www.linkedin.com/help-stop-emotional-abuse-workplace

Leymann H. Mobbing and Psychological Terror at Workplaces. Pieejas veids: tīmeklis http://www.mobbingportal.com/LeymannV%26V1990%283%29.pdf

Vveinhardt, J., Streimikiene, D. The questionnaire for diagnosing mobbing in employees' relationships. Economic Research, 2015. – Resurss apskatīts 2017.gada 20.decembrī. – Pieejas veids: tīmeklis http://www.tandfonline.com/doi/full/

Evija Lintere. DARBA DEVĒJU PRASĪBAS PERSONĀLA SPECIĀLISTU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM

Alberta Koledža, studiju programma „Iestāžu darba organizācija un vadība", evija.lintere@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Aizvien vairāk mūsdienās tiek runāts par darbinieku kompetencēm un prasmēm. Darbinieka kompetenču novērtēšana ir svarīgs temats gan vadītājam, gan pašam darbiniekam, mūsdienās vairs nederēs tas, ka darbinieks reiz ir ieguvis izglītību un nav nepieciešams pilnveidoties. Darba devējam ir svarīga darbinieka vēlme mācīties un attīstīties, gan uzņēmuma labā, gan pašam individuāli. Pareizi vadīta kompetenču pieeja personāla vadībā nodrošinās darbinieka attīstību un izcilu darba izpildi, kompetenču novērtēšana stimulē produktivitāti un izmanto darbinieka talantus, lai sasniegtu augstāku uzņēmuma konkurētspēju tirgū.

Pētījuma mērķis: Šī darba mērķis ir, pamatojoties uz teorijas izpēti un anketēšanas rezultātiem, noskaidrot, kādas ir nepieciešamās kompetences personāla speciālistam.

Pētījuma metodes: Teorijas izpēte, anketēšana, anketēšanas datu analīze, grafiskā analīze, sintēze.

Sasniegtie rezultāti: Personāla speciālista uzdevums ir sadarboties ar uzņēmuma vadību un citu struktūrvienību vadītājiem, lai palīdzētu darbiniekiem paaugstināt kompetenci, izmantojot dažādu novērtējumu un apmācību veidus. Pareizi vadīta kompetenču pieeja personāla vadībā nodrošinās darbinieka attīstību un izcilu darba izpildi. Pamatojoties uz izpētes darbā gūtajiem rezultātiem, personāla speciālsitu profesijai nepieciešamās kompetences atbilst darba devēju prasībām.

Atslēgas vārdi: kompetences; personāla speciālists; personāla novērtēšana; profesijas standarts.

Ievads

Lai personāla speciālists varētu tik novērtēts kā kompetents un zinošs speciālists, viņam ir jāpiemīt daudzām un dažādām prasmēm, īpašībām un kompetencēm. Mūsdienīga un strauji mainīgā darba vide no darbinieka prasa to, ka viņam piemistu šīs kompetences, liels uzsvars tiek likts uz elastīgiem darbiniekiem, tādiem, kas prot pielāgoties dažādām darba vidēm un dažādām situācijām darba ikdienas dzīvē. Kompetenču novērtēšana parasti notiek personāla speciālistam sadarbojoties ar vadītājiem. Tiek norādīts, kādas kompetences vadītāji vēlas, lai darbiniekam piemistu un kādas kompetences darbiniekiem vajadzētu attīstīt. Kompetenču novērtēšana parasti ir liels uztraukums darbiniekam, jo nereti darbiniekam nav skaidrs, kāpēc kādam būtu viņa zināšanas un prasmes jāvērtē, bet tas viss notiek tamdēļ, lai tiktu uzlabota darbinieka konkurētspēja un darbinieka sniegums darba vidē. Šajā darbā autore pētīja teorētisko bāzi par kompetencēm, personāla novērtēšanas veidiem, kā arī personāla speciālista klasifikatora izpēte. Anketēšana tika veidota, pamatojoties uz darba sludinājumu izpēti un to, ko darba devējs prasa no personāla speciālistiem. Iegūtie rezultāti tika salīdzināti ar to, ko nosaka teorētiskā bāze. Personāla speciālista loma ir uzņēmumā ir svarīga, jo personāla speciālists ir tas cilvēks, kurš rūpējas par to, lai tiktu uzturēta personāla lietvedība, veidoti darba sludinājumi, pieņemti jauni darbinieki. Sadarbojoties ar vadītājiem tiek atjaunoti amata apraksti, jo tas amata apraksts, kas bija aktuāls pirms 5 gadiem, vairs neatbildīs esošajai situācijai šobrīd. Sadarbībā ar personāla speciālistu tiek lemts par to, kādas apmācības ir nepieciešamas darbiniekiem.

Literatūras apskats

Lai izprastu kādām kompetencēm ir jāpiemīt personāla speciālista, tika pētīta teorija par personāla speciālista lomu uzņēmumā, kā arī to, kādas ir nepieciešamās zināšanas, pamatojoties uz personāla speciālista profesiju klasifikatoru.

Ir trīs veidu personāla vadības līmeņi organizācijās - operacionālā, taktiskā un stratēģiskā personāla vadība. Personāla operacionālās vadības uzdevums ir veikt personāla vadības ikdienas funkcijas un uzturēt personāla darbību esošajā attīstības pakāpē. Šīs ir visvienkāršākais personāla vadības līmenis, jo neprasa nekāda veida ieguldījumu darbinieku apmācīšanā. Personāla taktiskā vadība ir personāla darbības uzturēšana un attīstīšana, veicot plānotas aktivitātes darbinieku kompetences pilnveidošanai un motivācijas uzlabošanai. Šajā līmenī personāla vadībai jau ir reāla ietekme uz iespējamo darbinieku apmācību un prasmju pilnveidošanu. Personāla stratēģiskā vadība tieši ietekmē organizācijas biznesa vadību un attīstību, izstrādājot jaunus motivācijas instrumentus un pilnveidojot esošos saskaņā ar uzņēmuma mērķiem produktu vai pakalpojumu izstrādē un pārdošanā, kā arī cilvēku resursu skaita, kompetences, novērtēšanas un apmācības plānošanā atbilstoši kompānijas attīstības stratēģijai. (Ešenvalde, 2008)

No augstāk minētā, var secināt, ka personāla speciālists vai personāla vadītājs nosaka un formulē uzņēmuma personāla vadības stratēģiju, politiku un mērķus dinamiskā ekonomiskā vidē atbilstoši uzņēmuma mērķiem.

Savukārt personāla speciālista profesijas standarts nosaka to, ka personāla speciālistam būtu jāspēj analizēt darba tirgu, jāspēj definēt personāla attīstības mērķus un virzienus, jāspēj analizēt personāla statistikas datus, jābūt spējīgam plānot personāla budžetu, personāla resursus un personāla nepieciešamo kompetenci, kā arī pienākumu sadali.(Profesiju standarts) No tā var secināt, ka personāla speciālists ir atbildīgs par visu, kas notiek ar darbiniekiem, personāla speciālists ne tikai rūpējas par darbinieku pieņemšanu darbā, bet arī par darbinieku apmācību, personāla lietvedības nodrošināšanu u.c., kā arī par to, kāda personāla politika tiks pielietota uzņēmumā.

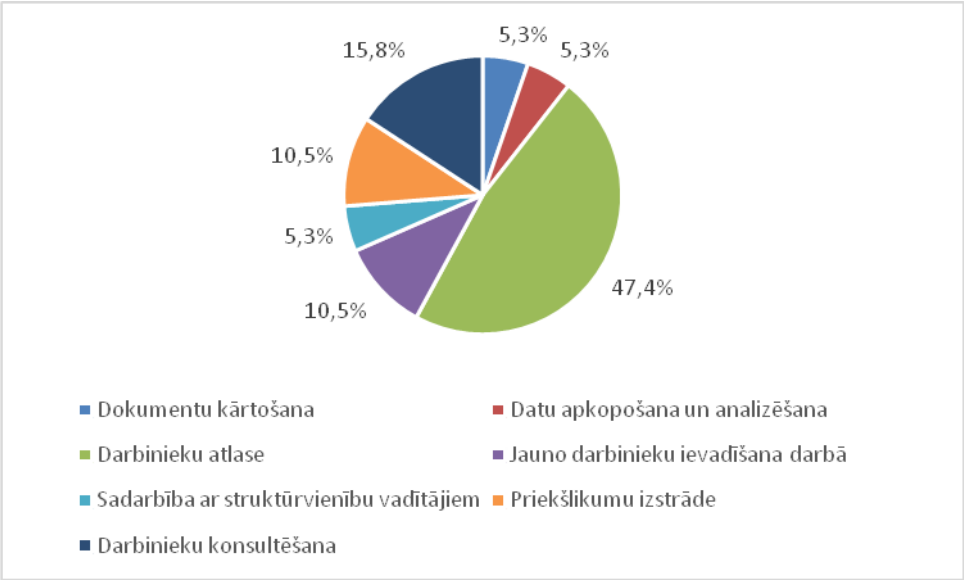
Metodoloģija

Darba sagatavošanā tik izmantotas dažādas pētījumu metodes: monogrāfiskā metode – teorētiskās bāzes meklēšana un informācijas atlasīšana; kvantitatīvā pētījumu metode – anketas izveidošana; grafiskā metode – aptauju rezultātu grafiska attēlošana.

Rezultāti

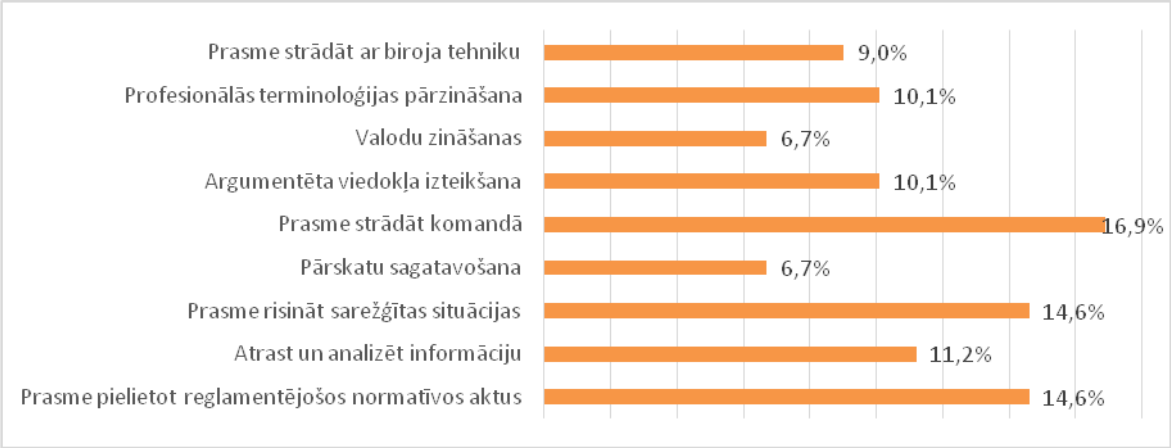
Pētījuma mērķis ir noskaidrot, kādas ir nepieciešamās kompetences personāla speciālistam, tādēļ tika izveidota anketa, ar kuras palīdzību tika noskaidrots, kādas ir nepieciešamās kompetences personāla speciālistam pamatojoties uz cilvēku subjektīvajiem viedokļiem. Anketa tika veidota izpētot dažādus darba sludinājumus, lai noskaidrotu, kas ir tās kompetences, ko prasa darba devējs, kā arī veicot profesiju standarta izpēti. Anketēšanā piedalījās 19 respondenti, vecuma posmā no 20 – 35 gadiem, anketēšana tika veikta 2017.gada oktobris līdz novembris. Tas uzskatāms par pilotpētījumu, ko var izmatot turpmākajai izpētei. Autore, labprāt to darbu izmantotu kā pamatu kvalifikācijas darbam un padziļinātāk pētītu nepieciešamās kompetences un to novērtēšanu.

Tika apkopotas nozīmīgākās respondentu atbildes.



1.att Svarīgākās profesionālās kompetences personāla speciālistam (darba autora sagatavots pamatojoties uz anketu rezultātiem)°

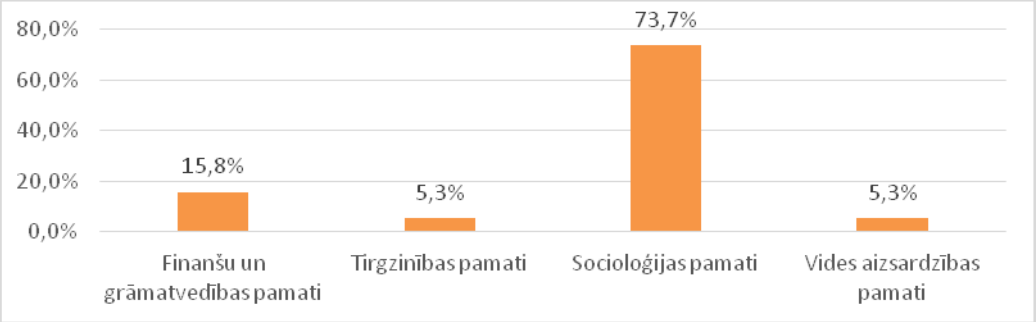
Pēc diagrammas, kas skatāma 1.attēlā, ir redzams, ka 47,4% respondentu uzskata, ka svarīgākā kompetence personāla speciālistam būtu darbinieku atlase. Darbinieku atlase protams, ka ir svarīga, bet pēc autores domām, visas uzskaitītās lietas ir gana svarīgas un personāla speciālistam vajadzētu būt gana kompetentam, lai spētu nodarboties ar visiem uzdevumiem.



2.att. Nepieciešamas personāla speciālistam pamatuzdevumu veikšanai (darba autora sagatavots pamatojoties uz anketu rezultātiem)

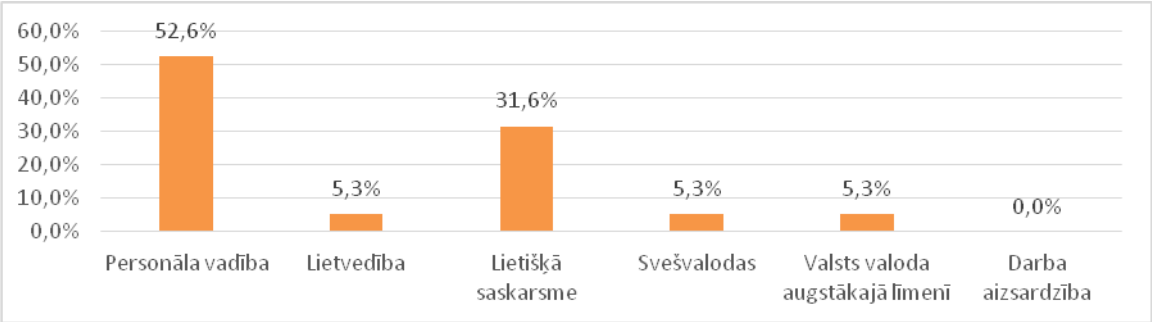
Pēc diagrammas, kas skatāma 2.attēlā, ir redzams, ka respondentu domas ir diezgan vienādas un nav tāda atbilžu varianta, kas izteikti izceltos, tomēr ir redzams, ka prasme strādāt komandā tiek novērtēta visaugstāk. Prasme strādāt komandā tiešām ir svarīga, jo tas parāda, ka cilvēkam piemīt komunikāciju prasme un viņš ir gatavs sadarboties, lai tiktu sasniegti izvirzītie mērķi. Nav izprotams, kādēļ respondenti ir tik zemu valodu zināšanas un pārskatu sagatavošanu. Valodu zināšanas ir svarīgas personāla speciālistam, jo ikdienā ir jāveido komunikācija ar dažādās valodās runājošiem darbiniekiem.

Uz jautājumu respondenti varēja atbildēt izvēloties vairākus atbilžu variantus.



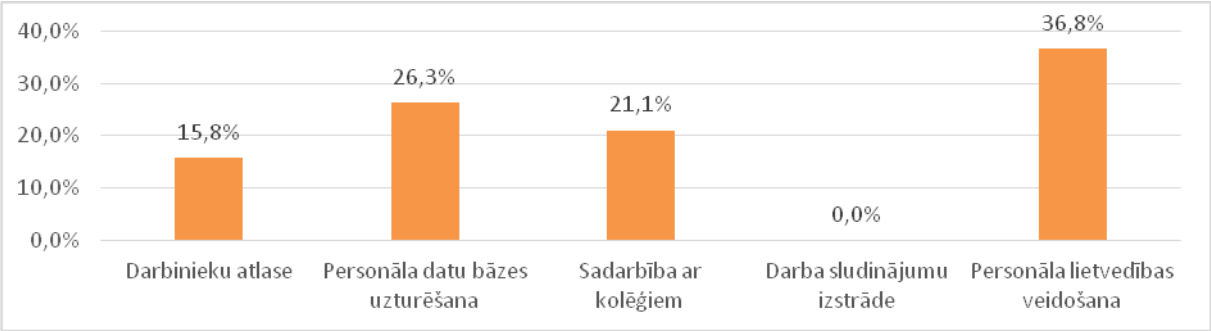
3.att. Zināšanas, kuras personāla speciālistam jāpārzina priekšstata līmenī (darba autora sagatavots pamatojoties uz anketu rezultātiem)

Pēc diagrammas, kas skatāma 3.attēlā, ir redzams, ka 73,7 % respondentu uz šo jautājumu ir atbildējuši, ka personāla speciālistiem būtu jāpārzina socioloģijas pamati vismaz priekšstata līmeni. Personāla speciālistiem būtu jāpārzina socioloģijas pamati, jo socioloģijas pamatā mācība par cilvēku uzvedību un tās attīstību, jeb tas personāla speciālistam tas ļauj labāk izprast darbinieku uzvedības modeļus un kā ar darbiniekiem sadarboties. Grūti ir izprotams, kāpēc pārējie atbilžu varianti tika izvēlēti tik maz, jo personāla specialistam ikdienā ir jāveido sadarbība ar grāmatvedību.



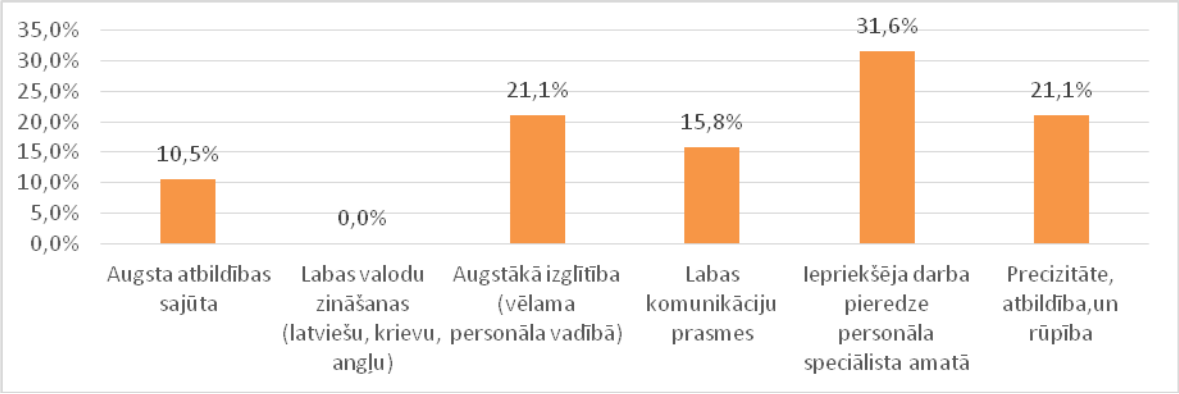
4.att. Zināšanas, kuras personāla speciālistam jāpārzina lietošanas līmenī (darba autora sagatavots pamatojoties uz anketu rezultātiem)

Pēc diagrammas, kas skatāma 4.attēlā, ir redzams, ka 52,6% respondentu uzskata, ka personāla speciālistam lietošanas līmenī būtu jāpārzina personāla vadība, tā ir viena no svarīgākajām lietām, jo tas ir personāla speciālista pamata pienākums, vadīt personālu. Atbilžu variantu darba aizsardzība neizvēlējās neviens respondents, tas varētu būt tāpēc, ka lielos uzņēmumos vai valsts pārvaldē šis funkcijas ir nodalītas un ir atsevišķs darbinieks, kurš nodarbojas ar darba aizsardzības jautājumiem. Mazos uzņēmumus parasti to dara viens cilvēks un tas ir personāla speciālists. Kā arī ir redzams, ka 31,6% respondentu ir izteikuši, ka lietišķā saskarsme būtu jāpārzina lietošanas līmenī, tas varētu būt skaidrojams ar to, ka lielai daļai darbinieku trūkst saskarsmes prasmes.



5.att. Personāla speciālista svarīgākie ikdienas darba pienākumi(darba autora sagatavots pamatojoties uz anketu rezultātiem)

Pēc diagrammas, kas skatāma 5.attēlā, kā viens no svarīgākajiem personāla speciālista ikdienas pienākumiem tika nosaukti personāla lietvedības veidošana, protams, ka personāla lietvedības veidošana ir svarīga, bet tā ir tikai maza daļa ar to ko personāla speciālists ikdienā nodarbojas. Tikpat svarīga ir sadarbība ar kolēģiem un vadītājiem, dažādu ikdienas problēmsituāciju risināšana. Atbilžu variantu darba sludinājumu izstrāde neizvēlējās neviens respondents, taču arī darba sludinājuma izveide ir svarīgs pienākums.



6.att. Prasības kuras respondenti kā darba devēji izvirzītu personāla speciālistam darbs sludinājumā (darba autora sagatavots pamatojoties uz anketu rezultātiem)

Pēc diagramma, kas skatāma 6.attēlā, ir redzams 31,6% aptaujāto respondentu atbildēja, ka iepriekšējā darba pieredze personāla speciālista amatā ir viena no svarīgākajām prasībām, ko viņi vērtētu izvēlētos personāla speciālistu, tas varētu tā būt, jo pieredze palīdz darbiniekam risināt dažādus jautājumus un situācijas. Atbilžu variantu labas valodu zināšanas neizvēlējās neviens respondents, tas varētu būt tāpēc, ka respondenti savās darba vietās nav saskārušies ar šādu problēmu. Protams, ka arī pārējās prasības ir svarīgas, jo labu personāla speciālistu veido ne tikai iepriekšējā darba pieredze, bet arī iegūtā izglītība un prasme pielietot savas iegūtās zināšanas personāla vadīšanā.

Pēc iegūtajiem rezultātiem ir secināms, ka personāla speciālists atbild par darbinieku pieņemšanu darbā, darba sludinājumu izveidi. Personāla daļai būtu jābūt pieejamai un atvērtai visiem darbiniekiem – personāla speciālists uzklausa darbinieku problēmas un konsultē gan darba jautājumos, gan, ja nepieciešams, sniedz arī psiholoģisku atbalstu. Tāpat arī personāla speciālists kārto personāla lietvedību, nodrošina personāla datu uzkrāšanu, sistematizēšanu un analīzi, seko līdzi darba tiesisko attiecību reglamentējošo normatīvo aktu prasību ievērošanai, veido komunikāciju ar vadītājiem.

Secinājumi

1. Lai pilnvērtīgi veiktu savu darbu, personāla speciālistam jāpārzina daudz un dažādas kompetences, kā arī jāprot pielietot viņas praksē.
2. Personāla vadītājs nosaka un formulē uzņēmuma personāla vadības stratēģiju, politiku un mērķus dinamiskā ekonomiskā vidē atbilstoši uzņēmuma mērķiem.
3. Personāla speciālista pārziņā ir analizēt, novērtēt un pilnveidot uzņēmuma personāla vadības sistēmu.
4. Personāla speciālists plāno un prognozē uzņēmuma personāla resursus, nodrošina uzņēmumu ar nepieciešamo personālu.
5. Personāla speciālista uzdevums ir sadarboties ar uzņēmuma vadību un citu struktūrvienību vadītājiem, lai palīdzētu sasniegt uzņēmuma stratēģiskos mērķus.
6. Pareizi vadīta kompetenču pieeja personāla vadībā nodrošinās darbinieka attīstību un atbilstošu darba izpildi.
7. Kompetenču vadība dod priekšroku darbinieku individuālajai attīstībai.

Bibliogrāfiskais saraksts

Ešenvalde I. (2008). Personāla vadības mūsdienu metodes: Rīga, Merkūrijs LAT

Ešenvalde I. (2004) Personāla praktiskā vadība: Rīga, Merkūrijs LAT

Profesiju standarts [skatīts 01.10.2017.] Pieejams: www.lm.gov.lv/upload/darba_devejiem/profesiju_standarti.pdf

Ilva Ivaškina[1], Diāna Maļceva[2]. DARBA DEVĒJA PRASĪBAS GRĀMATVEŽU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM

[1]Alberta koledža, studiju programmas „Uzņēmējdarbība" un "Grāmatvedība un nodokļi", ilva.ivaskina@inbox.lv

[2]Alberta koledža, studiju programmas „Uzņēmējdarbība" un "Grāmatvedība un nodokļi", a.d.jankovskaja@mail.ru

Zinātniskais vadītājs: Mg.paed. Mg.oec., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Spēja veidot, motivēt un attīstīt savu komandu uzņēmumā šobrīd visā pasaulē tiek uzskatīta par vienu no svarīgākajām vadītāja kompetencēm. Veiksmīga komanda sākas ar tās vadītāju, viņa gatavību attīstīt talantus savā komandā, ticēt savu darbinieku varēšanai un paust to atklāti, kā arī spēju uzticēt atbildību un sniegt tūlītēju atgriezenisko saiti. Latvijā darba tirgus kopumā ir saspringts un ļoti aktīvs. Darba devējs meklēs veidus, kā konkurēt cīņā par kvalificētiem speciālistiem, kā optimizēt procesus un strādāt gudrāk ar esošo personāla sastāvu. Tāpēc vadītājam jāpārzina dažādu darbinieku profesionālās kompetences un prasmes. Vairums uzņēmumu nespēj iztikt bez kvalificēta grāmatveža, tāpēc noskaidrot grāmatveža profesionālo kompetenču un prasmju atbilstību, salīdzinot profesijas standartā noteikto ar darba devēja prasībām, ir būtiski.

Pētījuma mērķis: izpētīt darba devēja prasības grāmatvežu profesijā, tās atbilstību profesiju standartiem.

Pētījuma metodes: aptauja, grafiskā analīze, sintēze (rezultātu ieguvei)

Sasniegtie rezultāti: Aptaujāts 21 respondents, atbildot rakstiski uz 21 anketā iekļauto jautājumu, rezultāti apkopoti un formulēti secinājumi.

Atslēgas vārdi: profesijas standarts; darba devējs; grāmatvedis; vadītājs.

Ievads

Katras veiksmīgas vai gluži pretēji – neveiksmīgas organizācijas pamatā ir darbinieku intelektuālais un/ vai fiziskais darbs. Neapšaubāmi katrai organizācijai ir svarīgi izveidot un noturēt labu komandu un izvirzīt skaidrus un visiem saprotamus svarīgos mērķus. Laba komanda būs tā, kurā katrs tās dalībnieks pilnībā izmanto savas spējas un potenciālu kopīga mērķa sasniegšanai. Jebkurā komandā būs atšķirīgi uzskati, viedokļi un paradumi, bet, ja pašos pamatos komandai būs vienots mērķis, tā spēs pārvarēt arī grūtības un nesaskaņas. Par mērķi regulāri atgādinās vadītājs, kurš pats par to „stāvēs un kritīs". Savukārt, efektīvi strādās komanda, kurā katrs tās dalībnieks skaidri zinās savus uzdevumus un kurā būs dota iespēja brīvi pieņemt lēmumus savas atbildības robežās.

Lai efektīvāk veidotu komandu, nepieciešams uzzināt topošo grāmatvežu vai esošo grāmatvežu viedokli un/vai pieredzi darbā grāmatvežu profesijā, kā arī izzināt studentu galvenos motīvus, apgūstot profesiju grāmatvedis Alberta koledžā nepilna laika studijā.

Literatūras apskats

Lai izprastu mūsdienu darba devēju prasības grāmatvežu profesijā, kā arī izpētītu profesijas standartus, tika meklēta teorētiska informācija par izglītību un to līmeņiem, veidiem, tāpat tika iepazīts profesiju klasifikators un attiecīgi profesijas grāmatvedis amatu nosaukumu veidi. Šobrīd Latvijā noklasificētas 20 profesiju nosaukumi, kuriem attiecīgi ir savs profesijas kods, tie ir - "Galvenais grāmatvedis", "Vecākais grāmatvedis", "Grāmatvedis (ceturtā līmeņa

kvalifikācija)", "Valūtas darījumu grāmatvedis", "Vērtspapīru grāmatvedis", "Valūtas operāciju grāmatvedis", "Grāmatvedis konsultants", "Finanšu darbinieks", "Materiālu uzskaites grāmatvedis", "Grāmatveža palīgs", "Grāmatvedis (trešā līmeņa kvalifikācija)", "Grāmatvedis uzskaitvedis", "Pašizmaksas rēķinātājs", "Nodokļu/ nodevu administrators", "Rēķinvedis", "Tāmētājs", "Inventarizators", "Kontu operators", "Algu grāmatvedis". Tikpat svarīgi tika iepazīta arī informācija par darba tiesiskām attiecībām, to veidošanos – par amata aprakstu, kompetenču modeli, grāmatveža profesionālo ētiku, kā arī nobeigumā tika iegūta informācija par atalgojumu minimālo apmēru Latvijā attiecīgā grāmatvežu profesijā. Informācijas tika iegūta un apkopota no dažādiem bibliogrāfiskiem avotiem gan internetā, gan grāmatās. Interneta vidē tika lūkots šajās adresēs – www.likumi.lv, www.lm.gov.lv, www.algas.lv; savukārt no grāmatām tika izmantotas sekojošo autoru darbi – Ilzes Boitmanes "Personāla atlase un novērtēsana" (2006) un Andreja Ponomarjova "Grāmatvežu un revidentu profesionālā ētika" (2008).

Metodoloģija

Šī pētījuma mērķis ir noskaidrot, kādām prasmēm, kompetencēm un īpašībām ir jāpiemīt grāmatvedim, kā arī noskaidrot Alberta koledžas nepilna laika klātienes studentu viedokli un pieredzi, kuri ir izvēlējušies studēt grāmatvežu profesijā. Anketēšana tika veikta Alberta koledža telpās (respondenti: 21 students, kuru vidējais vecums 29 gadi), laikā no 9.-23.decembrim 2017.gadā, veikta teorijas nostādņu analīze, datu apstrāde un izmantota loģiski konstruktīvā metode.

Rezultāti

Apkopoti nozīmīgākie anketēšanas rezultāti:

Atbildot uz jautājumu "Vai šobrīd esat darba tiesiskās attiecībās?" - 12 (57%) respondenti ir atbildējuši, ka ir darba tiesiskās attiecībās, un 9 (43%) – ka nav. Secinām, ka sestdienās neapmeklē tikai strādājošie studenti, bet arī, kuri nav darba tiesiskās attiecībās.

Atbildot uz jautājumu "Vai Jūsu amats darba vietā ir saistīts ar jau iegūto izglītību un/vai specialitāti?" - 5 (42%) respondenti atbildējuši, ka ir saistīts ar iegūto izglītību un/vai specialitāti, 5 (42%) – nav saistīts un 2 (16%) – šobrīd apgūst. Tas liecina, ka darba devējs dibina darba tiesiskās attiecības ar darbinieku grāmatveža profesijā bez attiecīgās izglītības un/vai specialitātes.

Atbildot uz jautājumu "Vai zināt, kas ir profesijas standarts? Ja atbilde "Jā", pamatojiet, kā izprotat šo jēdzienu." - 9 (42%) respondenti atbildējuši, ka zina, kas ir profesijas standarts un izprot kā - nepieciešamās kompetences un izglītība, amata apraksts, profesiju prasmes un iemaņas profesiju kods. Tomēr lielākā daļa neizprot profesijas standarta jēdzienu/ būtību, kas liek aizdomāties par pieejamo informācijas vienkāršību, aktualitāti un to daudzumu visiem saprotamā veidā.

Atbildot uz jautājumu "Kā uzskatāt, vai profesiju Grāmatvedis var apgūt jebkura persona? Pamatojiet savu viedokli." - 10 (48%) respondenti uzskata, ka profesiju grāmatvedis var apgūt jebkura persona, pamatojot ar to, ka, ja ir interese, jebkurš ieguldot laiku un darbu var apgūt jebkuru profesiju, savukārt vairums 11 (52%) uzskata, ka nevar, pamatojot ar to, ka katram ir savas stiprās un vājās puses, ne visi ir rūpīgi, atbildīgi un pacietīgi, jābūt ar novirzi uz matemātiku, jābūt organizētai, precīzai un atbildīgai. Viedokļi ir līdzīgi un dažādi, kas liek domāt par izveidojošo vai esošo stereotipu Latvijā.

Atbildot uz jautājumu "Kā uzskatāt, vai pietiekami tiek apgūtas zināšanas un prasmes profesijā Grāmatvedis, apmeklējot grāmatveža kursus/semināru?" - 9 (43%) atbildējuši, ka pietiekami tiek apgūtas zināšanas un prasmes profesijā grāmatvedis apmeklējot grāmatveža kursus/ semināru, pamatojot ar to, ka, ja grib strādāt tikai par grāmatvedi, neveidojot karjeru, kā arī, ja neveic pilnu grāmatvedības ciklu, kā arī versija, ka var iegūt vispusīgu informāciju, taču darba vietā jābūt cilvēkam, kas prot apmācīt. Savukārt, vairums 12 (57%) respondenti

atbildējuši, ka kursos/ semināros netiek pilnībā apgūtas zināšanas un prasmes profesijā Grāmatvedis, pamatojot ar to, ka jāapgūst daudz zināšanu mazā laikā, kā arī, ka tik īsā laika posmā nevar apgūt jomas specifiku, un jāpaplašina redzesloks ilgākā laika posmā, kā arī darba devējs tic vairāk iegūtai kvalifikācijai.

Viedokļi ir dažādi un jāņem vērā, ka respondentu vidū studenti studē gan "Grāmatvedību", gan "Uzņēmējdarbību", kas liek domāt un secināt, ka topošajiem darba devējiem īsā laika posmā būtu ieteicams apmeklēt kursus/seminārus priekšstatam par grāmatvedību, savukārt darba ņēmējam ieteicams iegūt attiecīgās profesijas kvalifikāciju apgūstot akreditētu izglītības programmu.

Atbildot uz jautājumu "Vai Jūs esat (vēlētos būt) darba tiesiskās attiecībās profesijā grāmatvedis? Pamatojiet viedokli." - 16 (76%) respondenti atbildējuši, ka ir/vēlētos būt darba tiesiskās attiecībās profesijā Grāmatvedis, pamatojot ar to, ka vēlētos kļūt par galveno grāmatvedi vai auditori, kā ari pamato ar to, ka šobrīd jau strādā grāmatveža profesijā, un tādēļ šobrīd apgūst šo profesiju, kā arī viedoklis, ka kādreiz ir strādājis par grāmatvedi 5,5 gadus. Savukārt, 4 (19%) respondenti atbildējuši, ka nevēlētos strādāt grāmatveža profesijā, jo jābūt ļoti precīzam un jābūt matemātiskai domāšanai. Un 1 (5%) respondets atbildēja, ka nezina, vai vēlētos būt darba tieskās attiecībās grāmatveža profesijā.

Interesants fakts ir izveidojies, ka studentu vidū ir, kuri reiz un ilgi, vai arī šobrīd ir darba tiesiskās attiecībās profesijā grāmatvedis un vienlaikus apgūst profesijas kvalifikāciju grāmatvedis, kas liek secināt, ka darba devējs dibina darba tiesiskās attiecības bez attiecīgās kvalifikācijas/izglītības. Kā arī liek domāt, ka darba devējam darbinieku atlasē nav primāri svarīga iegūtā specialitāte/izglītība, kā arī liek domāt par darbinieka piedāvājumu mazo izvēli/konkurenci darba tirgū.

Atbildot uz jautājumu "Kā vērtējat darba tirgu pieprasījumu (vakanto piedāvājumu izvēli) profesijā Grāmatvedis?" - 7 (33%) respondenti atbildējuši, ka šobrīd nav informācijas par vakanto piedāvājumu izvēli darba tirgū profesijā Grāmatvedis, 9 (43%) respondenti vērtē kā vidēju izvēli, 3 (14%) maza izvēle un 2 (10%) vērtē, ka ir liela izvēle.

Atbildot uz jautājumu "Ar kādām rakstura īpašībām, Jūsuprāt, būtu piemērots darbinieks profesijā Grāmatvedis? Nosauciet 3-5 īpašības." - respondenti uzskata, ka profesijā Grāmatvedim būtu piemērots darbiniekam, kuram piemītu šādas īpašības:

precizitāte, analītisks, organizēts, skrupulozs, tālredzīgs, mācīties gribošs, uzticīgs, uzticams, sīkumains uz detaļām, atbildīgs, godīgs, zinātkārs, zinošs, ar loģisko domāšanu, nosvērts, atjautīgs dažādu nestandarta situāciju risināšanā.

Atbildot uz jautājumu "Kā vērtējat darba devēja prasības darba tirgū uz vakantām vietām Grāmatveža profesijā?" - 14 (66%) respondenti darba devēja prasības darba tirgū uz vakantām vietām Grāmatveža profesijā vērtē kā augstas, 6 (29%) – nav informācijas, savukārt 1(5%) vērtē kā vidējas prasības.

Atbildot uz jautājumu "Kāds, Jūsuprāt, būtu piemērotāks un cienījams Grāmatveža zemākais neto atalgojums, EUR?" - 10 (47%) respondenti uzskata, piemērotākā un cienījamākā Grāmatveža zemākais neto atalgojums būtu 800.00 EUR, 7 (33%) uzskata, ka būtu piemērots 700.00 EUR, 2 (10%) uzskata, ka 500.00 EUR būtu cienījams un piemērots, un 2 (10%) nezina, kāda būtu piemērotā un cienījamāka.

Atbildot uz jautājumu "Kādu, Jūsuprāt, darba devējs vēlas redzēt darbinieku profesijā Grāmatvedis? Miniet 3-5 īpašības." - respondentu viedoklis par darba devēja vēlamo darbinieku īpašībām profesijā Grāmatvedis:

Zinošs, precīzs, prasīgs, pretīmnākošs; labi izglītotu, ar pieredzi, kurš neprasa lielu atalgojumu; uzticamu, lojāļu, atbildīgu, kārtīgu, godīgu, apķērīgu, punktuālu.

Atbildot uz jautājumu "Kādu atalgojumu Jūs vēlētos saņemt profesijā Grāmatvedis?" - 7 (33%) respondenti profesijā Grāmatvedis vēlētos saņemt atalgojumu neto 1000.00 EUR, 4

(19%) – 800.00 EUR, 3 (14%) – 700.00 EUR, 2 (10%) – 900.00 EUR, 2 (10%) – 2000.00 EUR, 1 (5%) – 2500.00 EUR, 1 (5%) – 3000.00 EUR.

Kas tiek vērtēts kā reālu, pieņemamu un atbilstoši Latvijas valsts politikas nostādnēm.

Atbildot uz jautājumu "Vai, Jūsuprāt, darba devēju prasības profesijā Grāmatvedis atbilst profesiju standartam? Pamatojiet savu viedokli." - 8 (38%) respondenti uzskata, ka darba devēja prasības profesijā Grāmatvedis atbilst profesiju standartam, 6 (29%) uzskata, ka neatbilst, pamatojot ar to, ka darba devējs izvirza pārāk daudz prasību, pārsvarā nepieciešamas papildus ekonomista zināšanas, kā arī viedoklis, ka darba devējs vienmēr gribēs labu grāmatvedi, kas dara "visu", bet atalgojumu saņem par vienu vakanci, savukārt 7 (33%) respondentiem nav viedokļa.

Atbildot uz jautājumu "Kas Jūs motivē vai motivētu izvēlēt profesiju Grāmatvedis? Nosauciet 3-5 iemeslus." - respondentu viedoklis, izvēloties profesiju Grāmatvedi:

- Atalgojums, interesē grāmatvedības procesi, amata nozīmīgums;
- Pieprasījums, profesijas apraksts;
- Izaugsmes iespējas, labi atalgots darbs, daudz darba iespēju;
- Darba nepieciešamība, darba vide, stabilitāte, darba iespēja lielos uzņēmumos.

Atbildot uz jautājumu "Kurā vietā un kāda veida (nozares) uzņēmumā vēlētos būt/vai esat grāmatvedis?" - 8 (67%) respondenti atbildējuši, ka vēlētos būt grāmatvedis ražošanas uzņēmumā, 1 (5%) – valsts iestādē (VID, Finanšu ministrijā), 1 (5%) – tirdzniecībā, un 2 (10%) loģistikā.

Atbildot uz jautājumu "Kāds ir/būtu Jūsu ideālais darba devējs (vadītājs)? Pamatojiet savu viedokli." Respondentu viedoklis par ideālo darba devēju (vadītāju):

- Ar kuru viegli kontaktēties, uzticams;
- Kurš nav despots, muļķis, bet ir saprotošs un cilvēcīgs;
- Uzticams, sava darba entuziasts;
- Atvērts jaunām idejām, saprotošs, bez aizspriedumiem, kurš nepiekopj mikro menedžmentu;
- Iedvesmojošs, enerģisks, profesionālis savā jomā, pretimnākošs. Lai būtu motivācija strādāt visiem kopā;
- Saprotošs, atsaucīgs, liberāls un zinošs.

Secinājumi

1. Balstoties uz Latvijas Republikas profesijas klasifikatorā noteikto, ir dažādi amati, kas attiecas uz profesiju grāmatvedis (galvenais grāmatvedis, vecākais grāmatvedis, grāmatveža palīgs, grāmatvedis konsultants, grāmatvedības uzskaitvedis, u.c.);
2. Būtiskākās īpašības labam grāmatvedim – jābūt godprātīgam, objektīvam, ar profesionālām kompetencēm, ar pienācīgu rūpību, konfidenciālam un ar profesionālo rīcību.
3. Latvijā šobrīd vidēji zemākais atalgotais amats kvalifikācijā grāmatvedis ir amatā "Uzskaitvedis" ar bruto algu 552.00 EUR, savukārt augstākas vidējais atalgojums ir amatā galvenais grāmatvedis ar bruto algu 1186.00 EUR. Tātad zemākais atalgojums grāmatveža profesijā ir virs Latvijā noteiktās zemākā minimālā atalgojuma (430.00 EUR), kas ir par 28% lielāks, tāpat augstākais zemākais atalgojums ir par 176% lielāks. Grāmatveža profesija ir prestiža un labi atalgota profesija.

4. Lai kļūtu par profesijas speciālistu, nepieciešams ilgāku laiku posmu izglītoties, apgūstot zināšanas un iemaņas, kas nepieciešams praktiskajā darbā. Profesijas statuss prestiža pakāpe ir atkarīga no tās apgūšanai nepieciešamā laika: jo ilgāks laiks, jo augstāks profesijas prestižs.
5. Darba devējam priekšstatam pietiek neformālā izglītība (kursi, semināri), savukārt, darba ņēmējam ir ieteicama apgūt formālo izglītību, kur attiecīgi tiek iegūta kvalifikācija/specialitāte kā izglītības iestādē ar attiecīgo programmas apguvi.
6. 16% no aptaujātiem respondentiem vienlaikus studē profesiju "Grāmatvedību" koledžā un vienlaikus ir darba tiesiskās attiecībās profesijā/amatā "Grāmatvedis", kur darba devējs tomēr dibina attiecības ar darbinieku bez attiecīgās kvalifikācijas.
7. 52% no aptaujātiem respondentiem vēlās saņemt atalgojumu profesijā "Grāmatvedis" no 1000.00 EUR un vairāk, savukārt 48% min atalgojumu zem 1000.00 EUR, kas liek aizdomāties par personību pašvērtējumu un paškritiku.
8. 58% no aptaujātiem respondentiem nezina, kas ir profesijas standarts. Nepieciešams izglītot vairāk sabiedrību par savām iespējām un tiesībām, iepazīstoties ar profesiju klasifikatoru, attiecībā uz darba pienākumiem nākotnē.
9. 66% no aptaujātiem respondentiem uzskata, ka darba devēju prasības darba tirgū ir vērtējams kā augstas. Kas varētu liecināt par spēcīgu darba piedāvājumu un/vai spēcīgu darbinieku pieprasījumu.
10. 57% no aptaujātiem respondentiem uzskata, ka netiek pietiekami apgūtas zināšanas, apmeklējot grāmatveža kursus/ seminārus. Kas liecina, ka darbiniekam esot kādā grāmatveža amatā ir nepieciešams apgūt profesiju ilgākā laika posmā un iegūt attiecīgo kvalifikāciju, nodrošinot spēcīgu zināšanu un prasmju konkurētspēju ilgākā laika posmā.
11. 38% no aptaujātiem respondentiem uzskata, ka darba devēju prasības profesijā "Grāmatvedis" atbilst profesiju standartam, savukārt 33% uzskata, ka neatbilst, kas liek aizdomāties par nepieciešamību pārskatīt profesiju klasifikatoru.

Bibliogrāfiskais saraksts

Boitmane I. (2006). Personāla atlase un novērtēšana.

Ponomarjova A. (2008). Grāmatveža un revidenta profesionālā ētika.

LR Darba likums. (spēkā esošā redakcija). 18.08.2017. [skatīts 13.12.2017.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=26019

LR Ministra kabineta noteikumi Nr.264 "Noteikumi par Profesiju klasifikatoru atbilstošiem pamatuzdevumiem un kvalifikācijas pamatprasībām" (spēkā esošā redakcija). 23.05.2017. [skatīts 03.01.2018.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=291004

Darba attiecības un sociālais dialogs (2018). [Skatīts 03.01.2018.]. Pieejams: https://www.lm.gov.lv/text/409

Algas kategorijā: Ekonomika, Finanses, Grāmatvedība (2018). [Skatīts 12.01.2018.]. Pieejams: https://www.algas.lv/salaryinfo/ekonomika-finanses-gramatvediba

Madara Reinholde, Sanita Arule. DARBA DEVĒJU PRASĪBAS GRĀMATVEŽU PROFESIJAI NEPIECIEŠAMAJĀM PROFESIONĀLAJĀM KOMPETENCĒM UN PRASMĒM (PROFESIJAS STANDARTA ATBILSTĪBA DARBA DEVĒJU PRASĪBĀM)

[1]***Madara Reinholde,*** *Alberta koledža, Uzņēmējdarbība, kasnis7@inbox.lv*

[2]***Sanita Arule,*** *Alberta koledža,Uzņēmējdarbība, sarule@inbox.lv*

Zinātniskais vadītājs: Mg.oec., Mg.paed., docents Armands Kalniņš

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: temats izvēlēts, lai veiktu salīdzinošu analīzi starp Profesiju klasifikatora prasībām un reālo nepieciešamību darba tirgū, attiecībā uz profesiju grāmatvedis.

Pētījuma mērķis: Izpētīt un salīdzināt Profesiju klasifikatora prasības grāmatvežiem ar pieprasījumu pēc darbiniekiem darba tirgū.

Pētījuma metodes: Darbā izmantotās metodes: loģiski-konstruktīvā metode – izsakot spriedumus, analizējot rezultātus, salīdzinošā analīze – pētot parādību savstarpējās sakarības, sintēze - secinājumu formulēšanai.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā konstatēts: vispieprasītākie no profesijām, kuras saistītas ar darbu grāmatvedībā, ir grāmatveži un visvairāk tos meklē Rīgā. Darba pienākumi galvenajam grāmatvedim un grāmatvedim darba sludinājumos ir noteikti ar ļoti nelielām atšķirībām. Darba devēji meklē izglītotus un zinošus darbiniekus ar svešvalodu zināšanām. Profesijas klasifikators neparedz, ka grāmatvedim jānodrošina lietvedības procesu vadība, lai gan pāris sludinājumos šāda prasība tiek uzstādīta. Sludinājumos uzstādītās prasības lielākoties atbilst prasībām, kuras norādītas profesiju klasifikatorā.

Atslēgas vārdi: grāmatvedis; galvenais grāmatvedis; profesiju klasifikators.

Ievads

Darba temats ir Darba devēju prasības grāmatvežu profesijai nepieciešamajām profesionālajām kompetencēm un prasmēm (profesijas standarta atbilstība darba devēju prasībām). Šo tēmu izvēlējāmies, lai veiktu salīdzinošu analīzi starp Profesiju klasifikatoru un šī brīža nepieciešamību darba tirgū, attiecībā pret profesiju grāmatvedis. Tēma mums kā topošajiem grāmatvežiem ir aktuāla, jo ir interesanti noskaidrot, vai iegūtās zināšanas mums noderēs darba tirgū, vai būsim pietiekami zinoši, lai konkurētu ar jau esošajiem grāmatvežiem. Kā arī vēlējāmies noskaidrot vai prasības no darba devēju puses nepārsniedz Profesiju klasifikatorā norādīto. Lai darbu īstenotu tika ievākta informācija un veikta tās analīze izmantojot monogrāfisko metodi. Lai veiktu analīzi tieši saistībā ar izvirzīto mērķi tika izskatīti darba sludinājumi portālā CV online.lv, laika posmā no 2017.gada 30.oktobra līdz 2017.gada 30.novembrim un izmantota loģiski konstruktīva metode.

Grāmatvedības raksturojums

Daudzi uzskata, ka grāmatvedība ir samērā jauns process, kas ieviests, lai kontrolētu finansiālo stāvokli mūsdienu uzņēmumos. Modernā grāmatvedība, kādu mēs to pazīstam šodien, patiešām ir kaut kas samērā jauns, taču tā nav radusies vienas dienas laikā. Grāmatvedībai ir ļoti sena vēsture un gara attīstība. Lai labāk izprastu mūsdienu grāmatvedību, ir noderīgi izprast arī tās izcelsmi un sākotnējās formas. Paši pirmsākumi par grāmatvedības procesiem meklējami jau periodā no 5000.gada p.m.ē. līdz 4500. gadam p.m.ē. Mezopotāmijā. Šajā laika periodā notikusi aktīva tirgošanās un citu finanšu darījumu veikšana, līdz ar to, lai izvairītos no krāpšanas gadījumiem un stabilizētu sabiedriskās attiecības, bija nepieciešamība to apliecināt.

Nozīmīgākos darījumus fiksēja uz māla plāksnītēm. Māla plāksnītes uzskatīja par primitīviem grāmatvedības dokumentiem. Šo plāksnīšu veidošanā parasti piedalījās vairāki cilvēki, lai šos primitīvos dokumentus nevarētu apstrīdēt. Šo darījumu reģistrēšana netiek uzskatīta par grāmatvedību, bet tas varētu būt aizsākums šim nozīmīgajam procesam.

Tuvāka uzskaite mūsdienu grāmatvedībai izveidojās Senajā Grieķijā, aptuveni 600 gadus p.m.ē. Šajā laikā sāka kalt monētas līdz ar to izveidojās jauna uzskaites sistēma. Uzskatīja, ka pastāvēja pat vienkārši datu reģistri, kurus dēvēja par Zenona papīriem. Tajos uzskaitīja visus veiktos darījumus un saistības, kādas cilvēki uzņēmās. Vēlāk arī citas civilizācijas pieņēma šādu līdzīgu uzskaites sistēmu. Piemēram, Senajā Romā tika ieviesta tāda uzskaites sistēma un pēc tam uzlabota, veidojot virsgrāmatu.

Modernās jeb oficiālās grāmatvedības pirmsākumi ir meklējami aptuveni 12. gadsimtā. Šajā laikā attīstījās tirdzniecība, līdz ar to, bija nepieciešama daudz stingrāka kontrole visiem darījumiem. Izveidojās uzņēmumi, kuri veica vairākus darījumus dienā. Vienam cilvēkam bija ļoti grūti ražot, pārdot preces un vienlaicīgi arī fiksēt visus veiktos darījumus, tāpēc darbā tika pieņemti īpaši algotņi, kas veica šos pienākumus. Algotņu uzdevums bija pārvaldīt citas personas finanšu informāciju. Tas bija laiks, kad parādījās pirmie grāmatveži, kas nodarbojās ar uzņēmumu finanšu darījumu kārtošanu.[2] Profesiju klasifikators ir sistematizēts profesiju (arodu, amatu, specialitāšu) saraksts, kas veidots, lai nodrošinātu starptautiskai praksei atbilstošu darbaspēka uzskaiti un salīdzināšanu. Tas veidots, piemērojot Starptautisko standartizēto profesiju klasifikāciju (ISCO-08). Latvijā tas ir apstiprināts ar Ministru kabineta 2017.gada 23.maija noteikumiem. Profesijas klasifikatorā profesijas kvalificētas grupās atbilstoši Starptautiskās Darba organizācijas noteiktiem kodiem, kā arī noteiktas to kvalifikācijas pamatprasības un profesionālās darbības pamatuzdevumi. Tajā aprakstītas galvenās prasības, kuras ir jāzina un jāprot ikvienam cilvēkam, uzsākot darbu attiecīgajā profesijā. Un klasifikatora lietošana ir obligāta visā Latvijas teritorijā. [3]

Mūsu darba turpmākā apskatē tiks analizēts grāmatvedis (4.līmeņa kvalifikācija), profesijas kods 331301, Grāmatvedības speciālisti" profesijās nodarbinātie veic pilnu finanšu operāciju uzskaiti uzņēmumos un pārbauda dokumentu noformēšanas pareizību, seko bankas finanšu resursu stāvoklim, nodrošina valūtas darījumu grāmatvedības darbību, veic jebkura veida dokumentu norēķinus starptautiskā tirdzniecībā.

"3313 Grāmatvedības speciālisti" profesijas un atbilstoši pamatuzdevumi:

- veikt pilnu uzņēmuma finansiālo operāciju uzskaiti grāmatvedības ekspertu vadībā,
- nodrošināt finanšu informācijas apkopošanu, apstrādi un finanšu rādītāju aprēķināšanu,
- analizēt uzņēmuma finansiālās darbības rādītājus,
- gatavot finanšu pārskatus un nodokļu deklarācijas,
- apkopot, plānot un kontrolēt finanšu resursu sadali,
- izstrādāt priekšlikumus uzņēmuma finansiālās darbības pilnveidošanai,
- veikt uzņēmuma finansiālo operāciju pilnu uzskaiti,
- kontrolēt valūtas darījumu grāmatvedības darbību, veikt dokumentāros norēķinus starptautiskajā tirdzniecībā,
- pārbaudīt naudas maksājumus, ienākumus un citu finanšu operāciju dokumentu pareizību,
- uzskaitīt ilgtermiņa ieguldījumus un krājumus, uzskaitīt pilnvaras un kreditorus,
- kontrolēt un aprēķināt darba samaksu,

- gatavot finanšu pārskatus,
- konsultēt grāmatvežus grāmatvedības programmas lietošanā,
- sniegt vispārēju informāciju esošajiem un potenciālajiem klientiem,
- apkalpot noguldījumu un norēķinu kontus,
- izpildīt kases operācijas un vienkāršākās valūtas operācijas,
- nodrošināt finanšu operāciju uzskaiti,
- veikt maksājumu un vērtspapīru norēķinu operācijas, kas saistītas ar ārvalstu rezervju pārvaldīšanas darījumiem, monetārās politikas darījumiem, kā arī ar klientu darījumu apkalpošanu,
- nodrošināt informācijas apriti ar korespondentbankām un citām bankām,
- uzskaitīt un pārbaudīt maksājumu un darījumu apstiprinājumu dokumentāciju,
- veikt ārvalstu korespondentkontu transakciju uzskaiti un kontroli,
- veikt norēķinus un valdības finanšu aģenta funkcijas valdības līdzekļu apkalpošanā, gatavot pārskatus par valdības līdzekļu apkalpošanu. [4]. Bet jāņem vērā, ka profesijas klasifikatoru pārrauga un informāciju aktualizē Latvijas Republikas Labklājības ministrija. Tas ir mainīgs un nozīmē to, ka pēc 5 gadiem, tas nebūt identisks tam, kāds tas ir šobrīd.

Metodoloģija

Lai sasniegtu darba mērķi un noskaidrotu darba devēju prasības grāmatvežu profesijai nepieciešamajām profesionālajām kompetencēm un prasmēm, tika veikta dokumentu un darba sludinājumu salīdzinošā analīze. Laika periodā, no 30.10.2017 līdz 30.11.2017, tika apkopoti darba sludinājumi, kas publicēti CV- online portālā. CV- online portāls ir populārākais darba un darbinieku meklēšanas resurss internetā Latvijā, kuru ik dienu izmanto tūkstošiem lietotāju. [1] Šajā laika periodā nopublicēti 85 darba sludinājumi, kuros tiek meklēti grāmatveži, galvenie grāmatveži un citi grāmatveži. Citi grāmatveži, mūsu pētījumā ir grāmatvežu palīgi, grāmatveži-akcīžu noliktavas pārziņi, debitoru grāmatveži, grāmatveži- konsultanti, grāmatveži- uzskaitveži. Darba analīzei apkopoti 56 darba sludinājumi- galvenais grāmatvedis un grāmatvedis. No tiem 4 sludinājumi ir nederīgi, analizējot grāmatvežu darba pienākumus, jo nesatur darba pienākumu tekstuālo daļu.

Darbā izmantojot divas metodes, loģiski-konstruktīvo **metodi** – izsakot spriedumus, analizējot rezultātus un grafisko **metodi** – pētot parādību savstarpējās sakarības, noskaidrojām atbildes uz sekojošiem jautājumiem:

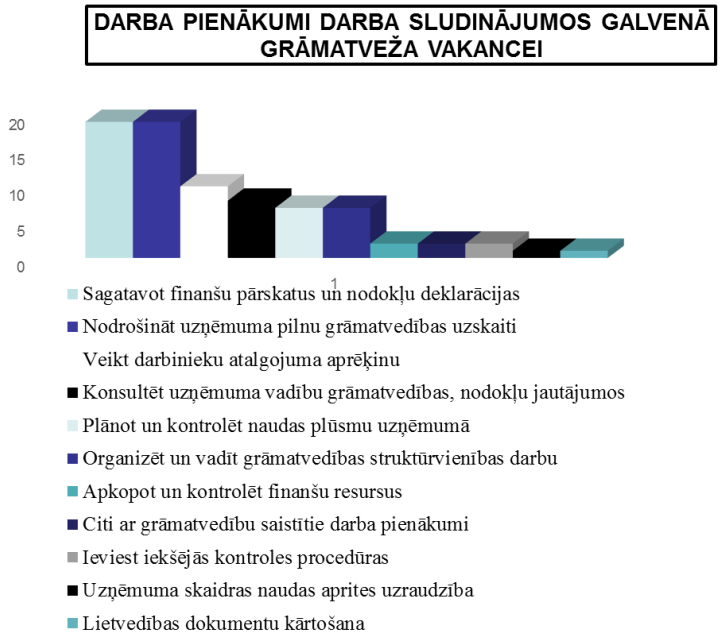
1. Darba sludinājumu sadalījums kategorijās,
2. Darba sludinājumu atbilstība grāmatveža klasifikatora aprakstam
3. Darba sludinājumu sadalījums pa pilsētām,

Rezultāti

Lai saprastu vai darba sludinājumi atbilst grāmatveža klasifikatora aprakstam, izdalījām 11 darba pienākumus, kas tiek uzskaitīti grāmatveža klasifikatorā, skatīt 1.attēlu.

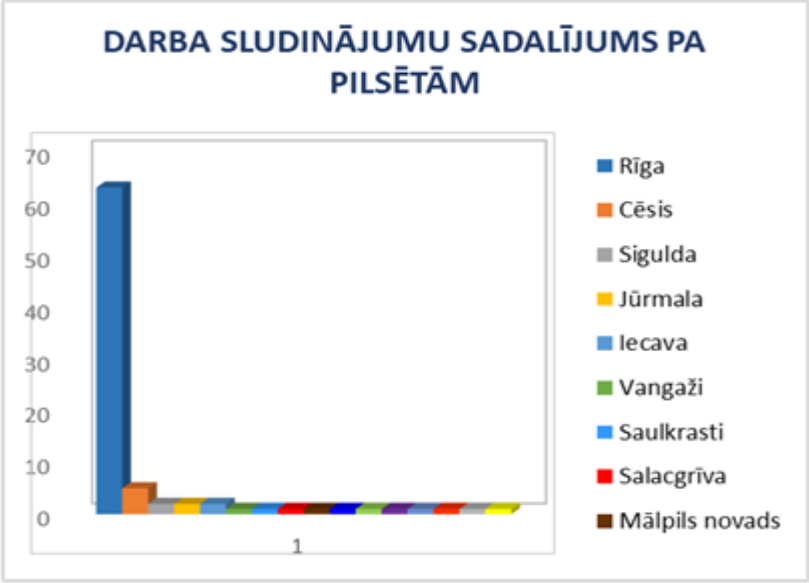
1.att. Darba sludinājumu atbilstība grāmatveža klasifikatoram (autoru veidots)

Šajā attēlā analizēti 43 darba sludinājumi, no tiem 4 sludinājumi ir nederīgi, jo nesatur darba pienākumu tekstuālo daļu. Gribas pieminēt divus pienākumus, kas netiek uzskaitīti grāmatveža klasifikatora aprakstā, tas, ka grāmatvedim jānodrošina lietvedības procesu vadība, un ka ir citi ar grāmatvedību saistītie pienākumi, mūsuprāt, šis ir ļoti garš un plašs jēdziens, jo zem šī pienākuma var slēpties jebkādas, arī citas darba devēja prasības. Kā svarīgākos darba pienākumus, kas tiek uzsvērti darba sludinājumos, var minēt- pilnu uzņēmuma finansiālo uzskaiti, finanšu pārskatu sagatavošanu, algu aprēķināšanu, ilgtermiņa ieguldījumu, krājumu un kreditoru uzskaiti. Mēģinājām izprast ar ko galvenais grāmatvedis atšķiras no grāmatveža. Galvenā grāmatveža klasifikatora aprakstā parādās darba pienākumi, kas tiek uzrādīti arī valsts iestādes darbiniekiem un tiem ir nedaudz savādākas prasības un darba specifika līdz ar to tas radīja grūtības pielāgot un saprast dažus no pienākumiem. 2.attēlā atspoguļojām darba devēju uzskaitītos galvenā grāmatveža pienākumus.



2.att. Pienākumi darba sludinājumos galvenā grāmatveža vakancei (autoru veidots)

Analizēti 23 darba sludinājumi. No attēla redzam, ka darba devējam ir svarīgi, ka galvenais grāmatvedis nodrošina pilnu grāmatvedības uzskaiti, tai skaitā sagatavo finanšu pārskatus un nodokļu deklarācijas, veic darbinieku algu aprēķinu, organizē un vada struktūrvienības darbu un konsultē nodokļu jautājumos. Kā mazāk svarīgu var atzīmēt lietvedības dokumentu kārtošanu un uzņēmuma skaidras naudas aprites uzraudzību. Apkopjot darba sludinājumus darba devēji meklē grāmatvežus ne tikai Rīgā, aplūkosim 3.attēlā, kurās pilsētās šajā laika periodā vēl tiek meklēti grāmatveži



3.att. Darba sludinājumu sadalījums pa pilsētām (autoru veidots)

Vislielākais brīvo darba vietu skaits ir Rīgā, nākamā pilsēta, kura ir otrā nopublicēto darba sludinājumu skaita ziņā ir Cēsis. Diagrammā Rīga aizņem lielāko daļu, kas ir 74 % no publicētajiem darba sludinājumiem laika periodā no 30.10.2017.-01.12.2017. portālā cv-online.lv, vakancēs- grāmatvedis, galvenais grāmatvedis, citi grāmatveži.

Secinājumi

Analizējot darba sludinājumus mēs- autores secinām, ka grāmatvedim jābūt ar daudzpusīgām zināšanām, jāmāk orientēties Latvijas Republikas normatīvajos aktos, jāpārzina svešvalodas. Grāmatvedis ir uzņēmēja "labā" roka. Bez grāmatveža nav iedomājams neviens uzņēmums, vai tas ir pieņemts patstāvīgā darbā vai strādā ārpakalpojuma uzņēmumā. Grāmatvedība neaprobežoja vien ar finanšu datu piefiksēšanu un analīzi, tas ietver arī datu reālu izmantošanu uzņēmuma interesēs. Darba devēju prasības mēdz nesakrist ar grāmatvežu profesijas klasifikatoru, grāmatvedim jāpilda arī citi darba pienākumi.

Bibliogrāfiskais saraksts

Darba sludinājumi, [Elektroniskais resurss].-Tiešsaistes pakalpojums. Resurss apskatīts 2017.gada 30.oktobris līdz 30.novembris.- Pieejas veids: tīmeklis www.url: https://www.cv.lv

Grāmatvedības vēsture un attīstība, [Elektroniskais resurss].-Tiešsaistes pakalpojums. Resurss apskatīts 2017.gada 18.decembrī.-Pieejas veids: tīmeklis www.url: http://www.mananauda.lv/gramatvedibas-vesture-un-attistiba/

/Profesijas klasifikators, [Elektroniskais resurss]. – Tiešsaistes pakalpojums. Resurss apskatīts 2018.gada 14.janvārī. - Pieejas veids: tīmeklis www.url:http://www.lm.gov.lv/text/80

Noteikumi par Profesiju klasifikatoru, profesijai atbilstošiem pamatuzdevumiem un kvalifikācijas pamatprasībām [Elektroniskais resurss] - https://likumi.lv/doc.php?id=291004

Oksana Smirnova. ORGANIZĀCIJAS KAPITĀLA BŪTĪBA UN STRUKTŪRA

Ekonomikas un kultūras augstskola, Biznesa vadība MBA, sic@eka.edu.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr. oec., asoc.prof., Oksana Lentjušenkova

Anotācija

21. gadsimts uzņēmējdarbības vidē ievieš aizvien jaunus izaicinājumus. Lai veiksmīgi konkurēt, uzņēmumiem ir jāmaina līdzšinējā darbības stratēģija un jāmeklē jauni paņēmieni, resursi un veidi, kā sekmīgi konkurēt tirgū. Mūsdienās intelektuālais kapitāls kļuva par vienu no konkurētspējīgo priekšrocību avotiem. Daudzos iepriekš veiktajos pētījumos tika pierādīta intelektuālā kapitāla pozitīvā ietekme uz uzņēmumu vērtības radīšanu un palielināšanu. Tāda intelektuālā kapitāla komponente kā organizācijas kapitāls ir viens no nozīmīgākajiem un sarežģītākajiem intelektuālā kapitāla elementiem (Choong 2008). Izpētīt un pierādīt organizācijas kapitāla lomu uzņēmumu darbībā un ilgtspējā, ir iespējams tikai tad, ja ir skaidri saprotama un izprasta šīs komponentes būtība un detalizēti izpētīta tā struktūra. Pētījumu skaits par organizācijas kapitālu kā atsevišķu komponenti ir ierobežots, līdz ar to nav vienotas izpratnes par to, kādi uzņēmuma resursi ir attiecināmi uz organizācijas kapitālu. Pētījuma mērķis ir apkopot un sistematizēt zinātnieku atziņas par organizācijas kapitāla būtību un tā struktūru. Pētījuma mērķa sasniegšanai tiks izmantota kvalitatīvā datu vākšanas metode - zinātnisko rakstu analīze laika posmā no 1969. gada līdz 2017. gadam. Balstoties uz šī pētījuma secinājumiem, nākotnē ir iespējams turpināt tos un noteikt organizācijas kapitāla atsevišķu elementu sniegumu uzņēmumu attīstībā, kā arī faktorus, kas kavē vai tieši pretēji sekmē šo sniegumu. Organizācijas kapitāls ir uzņēmuma resursi, kā arī aktīvi, kas pieder uzņēmumam neatkarīgi no izmaiņām cilvēkkapitālā, un var radīt vērtību. Balstoties uz jaunākiem zinātniskajiem pētījumiem organizācijas kapitāla struktūra tika transformēta un izveidota balstoties uz vērtības radīšanu, neatkarīgi no tā vai resursi ir materiāli vai nemateriāli.
Atslēgas vārdi: intelektuālais kapitāls; organizācijas kapitāls;, attiecību kapitāls; strukturālais kapitāls; cilvēkkapitāls

Ievads

Pagājušā gadsimta industriālo saimniekošanu ir nomainījusi uz zināšanām balstīta ekonomika. Pieaugošā konkurence mudina uzņēmumus meklēt aizvien jaunus izmantojamo resursu avotus. Viens no tādiem resursiem ir intelektuālais kapitāls. Diemžēl tā apzināšanā un izmantošanā trūkst zināšanu un izpratnes par tā būtību uzņēmēju vidū. Tas savukārt ierobežo efektīvu šo resursu potenciāla izmantošanu. Līdz galam nav skaidrības arī par to kādas komponentes ietilpst organizācijas kapitālā un kā uzņēmums tās var izmantot. Līdz 2017. gadam zinātniskajā literatūrā pastāvēja salīdzinoši vienots skatījums uz intelektuālo un arī organizācijas kapitālu. Prakstiski visos petījumos organizācijas kapitāls tika skatīts caur kopējo intelektuālā kapitāla prizmu. Atsevišķi, padziļināti pētījumi tieši par organizācijas kapitālu līdz šim netika veikti. Taču 2017. gadā O.Lentjušenkova savā pētījumā piedāvā līdz šim nebijušu pieeju intelektuālā kapitāla strukturēšanai komponentēs, par pamatu ņemot spēju nodrošināt kapitāla pārskatāmību un vadību uzņēmumā. Šāds iedalījums atvieglo organizācijas kapitāla atsevišķas komponentes iekļaušanu grāmatvedības uzskaitē, tādējādi nodrošināt iespēju izmērīt to pienesumu uzņēmuma darbībā kā arī izvērtēt atdevi no investīcijām, ja tādas tika veiktas.

Literatūras analīze

Intelektuālo kapitālu ir mēģinājuši definēt ļoti daudzi autori. Atšķirības starp tām nav būtiskas, jo ir detalizētas definīcijas, kuru skaidrojumā tiek ļoti detalizēti uzskaitītas visas komponentes. Piemēram, organizācijas kapitāla definīcijās salīdzinoši virspusēji definē tieši intelektuālā kapitāla būtību, neiztirzājot apakškomponentes. Intelektuālais kapitāls tiek skaidrots kā kolektīvu zināšanu kopums, informācija, tehnoloģijas, pieredze, kompetence, attiecības ar klientiem, zīmols u.c. (Stewart 1997), resurss, kas sastāv no zināšanu resursiem, kas veicina

uzņēmumu konkurētspēju (Sullivan 1999), zināšanu kopums (Bontis et. al., 2002), uzņēmuma intelektuālais potenciāls, kas galvenokārt sastāv no zināšanām (Bratianu 2006), kapitāls, kas spēj ģenerēt nākotnes naudas plūsmas un finanšu kapitālu (Petty, Guthrie 2000), vērtīgie zināšanu resursi un ar tiem saistītās vadības aktualitātes (Kianto el.al., 2013). Zinātniskajā literatūrā ir vēl liela daļa dažādu intelektuālā kapitāla definējumu mēģinājumu. No visiem šiem avotiem var secināt vienu kopēju un standartarizētu skaidrojumu par intelektuālo kapitālu: tas iekšējais un/vai ārējais uzņēmuma resurss, kuru ilgu laiku daudzi zinātnieki iedalīja galvenokārt 3 komponentēs (Edvinsson 1997, Edvinsson, Malone 1997a, 1997b, Black, Lynch 2005).

Par cik līdz šim netika veikti detalizēti pētījumi par organizācijas kapitālu, tad arī definīcijas, kas tad ir organizācijas kapitāls, ir ļoti virspusējas un nekonkrētas. Viennozīmīgi tika izpētīts un atzīts tikai organizācijas kapitāla ekonomiskais nozīmīgums uzņēmuma kopējās vērtības ietekmē. (Edvinsson 1997), (Fadaei etc. 2013), (Fincham, Roslender 2003), (Gogan etc. 2015), (Guthrie etc. 2001), (Hasim etc. 2009), (Isaac etc. 2009).

Metodoloģija

Pētījuma īstenošanai tika veikta kvalitatīvā datu vākšanas metode. Populārākie zinātniskie raksti par intelektuālo kapitālu laika posmā no 1969.gada līdz 2017. gadam tika ņemti par pamatu izpētei. Par cik atsevišķu pētījumu par vienu no komponentēm – organizācijas kapitālu nav, tad tika analizēti zinātniskie raksti, kuros autori pieskaras arī organizācijas kapitālam kaut vai arī nebūtiski. Visi zinātniskie raksti, kuros tiek runāts par organizācijas kapitālu, tā struktūru vai kādu no komponentēm- par pamatstruktūras elementiem ņemot O. Lentjušenkovas (2017) izvirzīto klasifikāciju, tika sakārtoti hronoloģiski. Šī pētījumu metode palīdzēja atspoguļot organizācijas kapitāla kā uzņēmuma potenciālu palielinoša resursa, evolūciju teorētiskā kontekstā, kā arī atspoguļoja nepilnības un problēmas, kuras nākotnē ir ļoti vērtīgi izpētīt. Kopumā tika apskatīti 46 dažādu valstu pētnieku zinātniskie raksti.

Rezultāti

Apskatītajos 46 zinātniskās literatūras avotos organizācijas kapitāls ne vienmēr tiek definēts un izcelts kā atsevišķs intelektuālā kapitāla struktūrelements. Šī situācija norāda uz zinātniskās intereses trūkumu par šī elementa būtības un nozīmes pētīšanu. Liela daļa autoru organizācijas kapitāla elementus vispārināti ieklasificē pie intelektuālā kapitāla un savos darbos nedefinē to sīkāk vai arī vienkārši organizācijas kapitāla atsevišķus elementus pieskaita pie intelektuālā kapitāla. Par cik zinātnieku pieeja intelektuālā kapitāla pētniecībai atšķiras, tad rezultātu apkopojumā tika izdalītas divas kategorijas – terminoloģija un struktūrelementi. Daudzos zinātniskajos rakstos autori izvairas vai apzināti aprakstot atsevišķus struktūrelementus neieklasificē tos nevienā no intelektuālā kapitāla komponenetēm un otrādi ir daļa autoru, kuri runā tikai par lielajām komponentēm, neminot struktūrelementus, kas sastāda šīs lielās komponentes. No 1995. līdz 1999. gada zinātniskajos rakstos ir atrodami struktūrelementi, kas turpmāko gadu pētījumos netiek minēti un pēc būtības ir diezgan abstrakti un finansiāli neizmērāmi, piemēram, kreativitāte, individualitāte u.c. Savukārt laika posmā no 2000. gada līdz 2013. gadam gan terminoloģija, gan noteiktie struktūrelementi tiek noteikti jau daudz konkrētāk. Šajā laika periodā zinātniskajā literatūrā pētītie organizācijas kapitāla struktūrlementi lielākoties sakrīt ar pēdējā pētījumā izvirzīto jauno klasifikāciju intelektuālajā kapitālā (Tabula 1).

Rezultāti atspoguļo haotisku klasifikāciju un izpratni kopumā. Pietrūkst pētījumu par organizācijas kapitāla būtību, struktūras evolūciju un attīstību. Esošajos pētījumos trūkst sistemātiskas pieejas un organizācijas kapitāla attīstības analīzes, kas balstīta uz sociālekonomiskās vides izmaiņām laika gaitā.

Tabula 1. Fragments no izpētīto literatūras avotu apkopojuma. (Avots: Autores veidota tabula)

Autors/- i, gads	Terminoloģija	Struktūrelementi
Canibano et.al. 2000; Andriessen, Tiessen 2000; Brennan, Connell 2000; Harrison, Sullivan 2000; Michalisin et.al. 2000; Sanchez et.al. 2000; Petty, Guthrie 2000	Cilvēkkapitāls, organizācijas kapitāls, attiecību kapitāls	Prasmes, zināšanas, kolektīvās normas utt.; Iekšējā struktūra, ārējā struktūra, cilvēkresursi; Intelektuālie aktīvi; Reputācija, organizācijas struktūra, *know-how*
Marr et.al. 2003; Pablos, 2003; Fincham, Roslender 2003; Black, Lynch 2005; Choong, 2008; Corrado et.al. 2009; Issac et.al. 2009; Muhammad, Ismail 2009; Awano et.al. 2010; Boujelben, Fedhila 2011; Komnenic, Pokrajcic 2012; Fadai et.al. 2013; Khalique et.al. 2013; Sumedrea, 2013	Cilvēkkapitāls, organizācijas kapitāls, attiecību kapitāls	Stratēģija, ietekmīga rīcība Zināšanas, prasmes, talanti, pieredze, motivācija, IT, zināšanas un prasmes datu bāžu un organizācijas procesu norisēs, attiecības ar klientiem, klientu vajadzību zināšanas utt.
Berzkalne, Zelgalve 2014; Gogan et.al. 2015; Bhasin, 2016;	Cilvēkkapitāls, strukturālais kapitāls un attiecību kapitāls	Zināšanas, kompetence, prasmes, treniņi, biznesa procesi, IT sistēmas, zīmoli, tirdzniecības zīmes, attiecības ar klientiem, klientu lojalitāte utt.
Lentjušenkova, 2017	Cilvēkkapitāls, biznesa procesi jeb to apraksti, tehnoloģijas, nemateriālie aktīvi	Cilvēkkapitāls- izglītība, *know-how,* profesionālā kvalifikācija, profesionālās zināšanas, kompetences, veiktspēja, zinātne un pētniecība Biznesa procesi – biznesa modelis, vadības modelis, organizācijas kultūra, sadarbība un partnerība, reputācija Tehnoloģijas – Informācijas un komunikācijas sistēmas, tehnoloģijas, datortīklu sistēmas, datorprogrammas Nemateriālie aktīvi – patenti, licences, intelektuālais īpašums, tirdzniecības zīmes, zīmols, patērētāju lojalitāte, patērētāju datu bāze, piegādātāju datu bāze.

2017. gadā zinātniece no Latvijas izveidoja pilnīgi jaunu un detalizētu intelektuālā kapitāla struktūru. Līdzšinējie organizācijas kapitāla struktūrelementi tika novirzīti uz atšķirīgām grupām atkarībā no elementa dabas, kā arī intelektuālā kapitāla līdz šim spēcīgie iesakņojusies struktūra ar cilvēkkapitālu, organizācijas kapitālu un attiecību kapitālu, nu tiek piedāvāta citā redzējumā. Izveidotais jaunais intelektuālā kapitāla modelis ir labs pamats tālākiem, detalizētiem pētījumiem par organizācijas kapitālu.

Secinājumi

Līdz 2017. gadam lielākoties intelektuālais kapitāls tika iedalīts 3 pamatkomponentēs – cilvēkkapitāls, organizācijas kapitāls un attiecību kapitāls.

Vairāk kā 30 gadu ilgā laika posmā netika piedāvāti jauni risinājumi organizācijas kapitāla strukturēšanā un definēšanā.

2017. gadā veiktie pētījumi, kas ir argumentēti, ievieš jaunu skatījumu uz intelektuālā kapitāla un līdz ar to arī organizācijas kapitāla būtību un klasifikāciju.

Lai turpinātu iesākto, ir nepieciešams daudz detalizētāk izpētīt katru no jaunās klasifikācijas

komponentēm un izdarīt secinājumus, ko reāli darbojušies uzņēmumi spēs izmantot savā labā, palielinot savu konkurētspēju un ekonomiskos rādītājus.

Bibliogrāfiskais saraksts

Andriessen, D., Tiessen, R. (2000). *Weightless Weight – Find your Real Value in a Future of Intangible Assets*: Pearson Education, London.

Awano, G., Franklin, M., Haskel, J., Kastrinaki, Z. (2010). Measuring investment in intangible assets in the UK: results from new survey. *Economic & Labour Market Review,* 4(7), 66-71.

Berzkalne, I., Zelgalve, E. (2014). Intellectual capital and company value. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 110, 887 – 896.

Bhasin, M.L. (2016). Measurement and Disclosure of Intellectual Capital: Expierence of an Asian Country. *International Journal of Management and Social Sciences Research*, Volume 5 (11), 6-20.

Black, S.E., Lynch, L.M. (2005). Measuring Organizational Capital in the new Economy. Measuring Organizational Capital in the new Economy, (ISBN 0-226-11612-3), 205-236.

Bontis, N., Fitz-enz, J. (2002). Intellectual capital ROI: a casual map of human capital antecendents and consequents. *Journal of Intellectual Capital,* Vol.3 No. 3, 223-247.

Bontis, N., Keow, W.C.C., Richardson, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85-100.

Boujelben, S., Fedhila, H. (2011). The effects of Intangible Investments on Future OCF, Journal of Intellectual Capital, Vol. 12 (4), 480-494.

Bratianu, C. (2006). An analytical model of organizational IC. *Management and Marketing*, Vol.1, 17-32.

Brennan, N., Connell, B. (2000). Intellectual capital: current issues and policy implications. *Journal of Intellectual Capital*, Vol.1 No.3, 206-40.

Canibano, L., Garcia-Ayuso, M., Sanchez, P. (2000). The value relevance and managerial implications of intangibles: a literature review. *The Journal of Accounting Literature,* Vol. 19*,* 102-30.

Choong, K.K. (2008). Intellectual capital: definitions, categorization and reporting models. *Journal of Intellectual Capital,* Vol.9(4), 609-638.

Corrado, C., Hulten, C., Sichel, D. (2009). Intangible capital and US economic growth. *Review of income and wealth*, 55(3), 661-685.

Fadai, M., Taleghani, M., Noghlebari, ES (2013). The effect of intellectual capital on organization's financial performance. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business, 5(6): 275-286.

Fincham, R., Roslender, R. (2003). The management of intellectual capital and its implications for business reporting. Edinburgh: The Institute of Chartered Accountants of Scotland.

Galbraith, J.K. (1969). The New Industrial State. Harmondsworth: Penguin.

Gogan, LM., Artene, A., Sarca, I., Draghici, A. (2015). The impact of intellectual capital on organizational performance. 13th International Symposium in Management. Procedia-Social and Behavioral Sciences. 221: 194-202.

Guthrie, J., Petty, R., Johanson, U. (2001). Sunrise in the knowledge economy. Accounting, Auditing & Accountability Journal, 14 (4): 365-382.

Harrison, S., Sullivan, P.H. (2000). Profiting from intellectual capital – learning from leading companies. *Journal of Intellectual Capital,* Vol.1 No 1, 33-46.

Isaac, RG., Herremans, IM., Kline, TB. (2009). Intellectual capital management: Pathways to wealth creation. *Journal of Intellectual Capital*, 10(1): 81-92.

Khalique, M., Shaari, JAN., Isa, AHM., Samad, NB (2013). Impact of intellectual capital on the organizational performance of islamic Banking Sector in Malaysia. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 5(2), 75-83.

Kianto, A., Andreeva, T., Pavlov, J. (2013). The impact of intellectual capital management on company competitiveness and financial performance. *Knowledge Management Research and Practice*, Vol. 11, 12-22.

Komnenic, B., Pokrajcic, D. (2012). Intellectual capital and corporate performance of MNCs in Serbia. *Journal of Intellectual Capital,* 13(1), 106-119.

Lehtimaki, J., Lehtimaki, J. (2016). Impact of knowledge capital on performance of firms: A Case of Firms in Finland. Eurasian Journal of Business and Economics, 9(18), 41-59.

Lentjušenkova, O. (2017). Intelektuālā kapitāla attīstība un vadība uzņēmumos Latvijā. Promocijas darba kopsavilkums. Rīga: RTU Izdevniecība.

Marr, B., Gray, D., Nelly, A. (2003). Why do firms measure their intellectual capital. *Journal of Intellectual capital*, Vol.4 No 4., 441-64.

Michalisin, M.D., Kline, D.M., Smith, R.D. (2000). Intangible strategic assets and firm performance: a multi-industry study of the resource-based view. *Journal of Business Strategies*, Vol.17 No. 2, 91-117.

Muhammad, N.M.N., Ismail, M.K.A. (2009). Intellectual Capital Efficiency and Firm's Performance: Study on Malaysian Financial Sectors. *International Journal of Economics and Finance*, 1(2), 206-212.

Pablos, P.O.D. (2003). Knowledge management projects: state of the art in the Spanish manufacturing industry International. *Journal of Manufacturing Technology and Management*, Vol. 14 No. 4, 297-310.

Petty, R., Guthrie, J. (2000). Intellectual capital literature review: measurement, reporting and management. Journal of Intellectual Capital, Vol. 1 No.2, 155-176.

Stewart, T.A (1997). *Intellectual capital: the new wealth of organizations*, Doubleday, New York.

Sullivan, P. (1999). Profiting from intellectual capital. Journal of Knowledge Management, Vol.3 No.2

Sumedrea, S.(2013). Intellectual Capital and Firm Performance: A Dynamic Relationship in Crisis Time. International Economic Conference of Sibiu 2013 Post Crisis Economy: Challenges and Opportunities, IECS 2013. Procedia Economics and Finance 6,137-144.

Dagmāra Levkāne. KORPORATĪVĀ SOCIĀLĀ ATBILDĪBA ĒDINĀŠANAS NOZARES UZŅĒMUMOS

Ekonomikas un kultūras augstskola, Biznesa vadība, dagmara.levkane@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., asoc.prof. Jeļena Titko

Anotācija

Korporatīvā sociālā atbildība iedrošina uzņēmumus labāk apzināties to uzņēmējdarbības ietekmi un sabiedrību, ieinteresētajām pusēm un vidi. Neskatoties uz to, ka Latvijā par korporatīvo sociālo atbildību domā un raksta arvien vairāk, tomēr sabiedriskās ēdināšanas jomā tā ir maz izplatīta.

Pētījuma aktualitāte: Korporatīvā sociālā atbildība ēdināšanas nozares uzņēmumos ir un paliks aizvien aktuālāka, jo lielā mērā tā ir saistīta ar uzņēmumu iekšējām vērtībām – sociālām, vides un cilvēktiesību vērtībām ikdienas darbībā, kas attiecas uz visām iesaistītajām pusēm – darbiniekiem, partneriem un klientiem.

Pētījuma mērķis: Izpētīt viena no Latvijas ēdināšanas uzņēmumiem darbinieku izpratni par korporatīvo sociālo atbildību, tās nepieciešamību uzņēmumam, tā veiktās aktivitātes un ievērotos principus korporatīvās sociālās atbildības jomā.

Pētījuma metodes: Tika izstrādāta uzņēmuma darbinieku anketēšanas aptaujas forma pēc Likerta skalas principa. 2018. gada februārī AS LIDO darbinieku vidū tika izplatītas papīra formāta anketas, autoram personīgi piedaloties aptaujas procesā. Tika uzdoti pieci jautājumi ar pieciem apakš jautājumiem katrā no tiem. Aptaujā piedalījās 32 respondenti, no kuriem 72% sieviešu un 28% vīriešu; 72% respondentu bija vecuma kategorijā no 21 līdz 40 gadu vecumam, 22% bija līdz 20 gadu vecumam un 6% vecuma kategorijā no 41 līdz 60 gadu vecumam; 31% respondentu ir vidējā un augstākā izglītības, 28% - nepabeigta augstākā izglītība un 10% ir pamatizglītība.

Sasniegtie rezultāti: Aptaujas anketa parādīja, ka lielākā daļa uzņēmuma darbinieku saprot, kas ir korporatīvā sociālā atbildība; darbinieki apzinās, ko korporatīvā sociālā atbildība var sniegt uzņēmumam; darbinieki pārzina korporatīvās sociālās atbildības aktivitātes, ko veic uzņēmums; darbinieki lielākoties izprot jomas, kurām būtu jāpievērš uzmanība korporatīvās sociālās atbildības ietvaros; darbinieki pārzina principus, kas tiek ievēroti uzņēmumā korporatīvās sociālās atbildības ietvaros.

Atslēgas vārdi: Korporatīvā sociālā atbildība; uzņēmums; darbinieks; ēdināšanas nozare; vērtības.

Ievads

Korporatīvā sociālā atbildība ir rīks, ko aizvien vairāk izmanto pasaulē, lai parādīt vērtības, par kurām iestājas uzņēmums, lai uzsvērt principus, kuros balstās tā darbība, tā ļauj uzņēmumam parādīt sabiedrībai, ka tam rūp sociālie, vides un cilvēktiesību ievērošanas jautājumi sadarbībā ar visām iesaistītajām pusēm. Tas ir veids, kā uzsvērt, ka uzņēmuma darbība balstās ne tikai peļņas gūšanā, tādejādi uzlabojot uzņēmuma reputāciju.

Šī pētījuma ietvaros, autore vēlas izpētīt viena no Latvijas ēdināšanas uzņēmumiem darbinieku izpratni par korporatīvo sociālo atbildību, tās nepieciešamību uzņēmumam, tā veiktās aktivitātes un ievērotos principus korporatīvās sociālās atbildības jomā. Balstoties uz ārvalstīs un Latvijā veiktajiem pētījumiem un smeļoties iedvesmu no uzņēmumu, kas pielieto korporatīvo sociālo atbildību, pieredzes tiks veidota aptaujas anketa, ar kuras palīdzību tiks noskaidrots AS LIDO darbinieku redzējums par korporatīvo sociālo atbildību, tās nepieciešamību un tās esamību uzņēmumā.

Literatūras apskats

Korporatīvās sociālās atbildības būtība ir uzņēmuma izpratne par to, ka vajadzētu būt ieinteresētam palīdzēt sabiedrībai un videi, tikpat lielā mērā, kā ieinteresētam par uzņēmuma radītajiem produktiem un peļņas gūšanā. (Moon 2014) Neskatoties uz to, ka pastāv dažādi viedokļi par to, vai uzņēmumam būtu jāinteresējas par sociālajiem un vides jautājumiem, taču autore ir pārliecināta, ka ēdināšanas nozarē, korporatīvajai sociālajai atbildībai jāsadzīvo ar biznesu, un par labu šim argumentam jau 1995. gadā diskutēja „Ieinteresēto pušu teorijas" ietvaros, ka uzņēmumiem, kas iesaistīti atkārtotos darījumos ar iesaistītajām pusēm, balstoties uz sadarbību un uzticēšanos, ir stimuls būt godīgiem un ētiskiem, jo šāda rīcība ir labvēlīga uzņēmumam. (McWilliams et al. 2006) Neskatoties uz to, ka ēdināšanas nozares uzņēmumiem ir vairākas ieinteresētās puses: darbinieki, piegādātāji, klienti u.c., katra no tām korporatīvajai sociālajai atbildībai redzēs līdzīgu, bet tomēr savu pienesumu. Neskatoties uz to, ka pasaulē, tai skaitā arī Eiropā korporatīvajai sociālai atbildībai uzņēmumi pievērš arvien lielāku uzmanību, tomēr Latvijā veiktie pētījumi pierāda, ka Latvijā to slikti izprot un reti atbalsta tās izpausmes. (Vīksna 2002) Pastāv vairākas nozares, kurām var pievērsties uzņēmums domājot par tā korporatīvo sociālo atbildību: bezdarbu pilsētās un reģionos, darba vidi, veselības problēmām, ko rada darba apstākļi, piesārņojumu un citām sociāla rakstura problēmām, kas tiešā veidā neietekmē uzņēmuma peļņu. (Royle 2005) Tā kā uzņēmuma reputācijas uzlabošana nereti ir viens no iemesliem, kāpēc uzņēmums vēlās īstenot korporatīvo sociālo atbildību, pēc autores domām, būtu svarīgi vispirms saprast cik daudz par šo jautājumu ir zinoši darbinieki, jo Latvijā veiktie pētījumi pierāda, ka paši uzņēmumi nav pietiekoši zinoši šajā jomā. (Ozoliņa 2016)

Metodoloģija

Korporatīvās sociālās atbildības pētīšanai ēdināšanas nozares uzņēmumos tika izmantota anketa, kas tika balstīta Likerta skalas principā un izstrādāta pamatojoties uz literatūru, kas definē korporatīvās sociālās atbildības pamatnostādnes. 2018. gada februārī AS LIDO darbinieku vidū tika izplatītas papīra formāta anketas, autoram personīgi piedaloties aptaujas procesā. Tika uzdoti pieci jautājumi ar pieciem apakš jautājumiem katrā no tiem. Anketā iekļautie jautājumi un apakš jautājumi, jeb apgalvojumi ir redzami tabulā Nr. 1 (Tabula1). Aptaujā piedalījās 32 respondenti, no kuriem 72% sieviešu un 28% vīriešu; 72% respondentu bija vecuma kategorijā no 21 līdz 40 gadu vecumam, 22% bija līdz 20 gadu vecumam un 6% vecuma kategorijā no 41 līdz 60 gadu vecumam; 31% respondentu ir vidējā un augstākā izglītības, 28% - nepabeigta augstākā izglītība un 10% ir pamatizglītība.

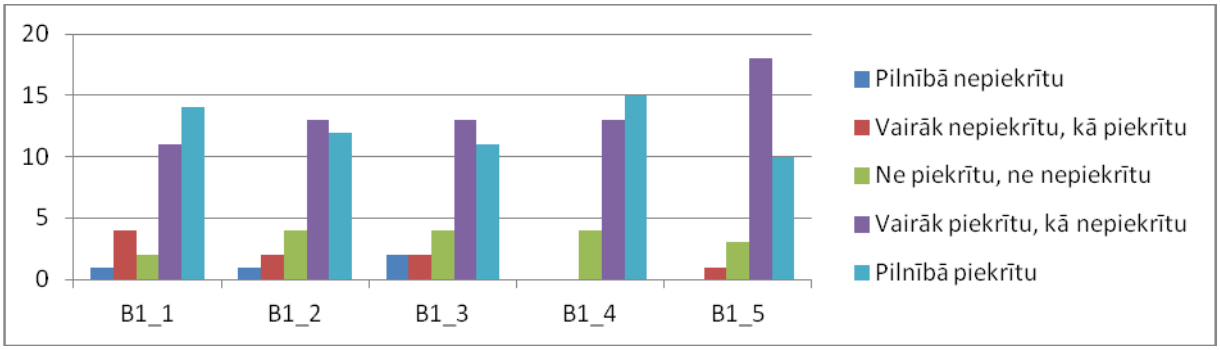
Tabula 1. Aptaujas anketas jautājumu kodi (Avots: autora izstrādātā aptaujas anketa par korporatīvo sociālo atbildību ēdināšanas nozares uzņēmumos)

Kods	**Atšifrējums**
A daļa	**Respondenta profils**
A1_1	Dzimums
A1_2	Vecums
A1_3	Izglītības līmenis
A1_4	Darba stāžs
A1_5	Darba stāžš ēdināšanas uzņēmumā
B daļa	**Pētījuma jautājumi**
B1	*Kas Jūsuprāt ir korporatīvā sociālā atbildība?*
B1_1	Vispāratzītu uzņēmējdarbības ētikas principu ievērošana
B1_2	Uzņēmuma iespēja uzlabot savu darbinieku sociāli ekonomiskos apstākļus
B1_3	Brīvprātīgas iniciatīvas, kas labvēlīgi ietekmē sabiedrības sociālos apstākļus

B1_4	Sociāli atbildīga uzņēmējdarbība
B1_5	Korporatīvās pārvaldes principi uzņēmējdarbībā
B2	*Ko korporatīvā sociālā atbildība var sniegt uzņēmumam?*
B2_1	Tā ietekmē uzņēmuma reputāciju sociālajā un apkārtējās vides aizsardzības jomā
B2_2	Paaugstina investoru ieinteresētību
B2_3	Korporatīvā sociālā atbildība pieļauj iekšējo un ārējo risku stratēģisko vadību sociālajā un apkārtējās vides jomā
B2_4	Paaugstina jaunpieņemto darbinieku ieinteresētību par uzņēmumu
B2_5	Palielina kleintu lojalitāti pret uzņēmumu
B3	*Kādas korporatīvās sociālās atbildības aktivitātes veic Jūsu uzņēmums?*
B3_1	Pievērš uzmanību dabas aizsardzības jautājumiem
B3_2	Nodrošina darba drošības normām atbilstošus darba apstākļus
B3_3	Nodrošina darbiniekiem apdrošināšanu pēc nostrādātā gada uzņēmumā
B3_4	Nodrošina pastāvīgu produktu kvalitātes atsekošanu
B3_5	Palielina klientu lojalitāti pret uzņēmumu, kas sniedz lielāku peļņu
B4	*Kādām korporatīvās sociālās atbildības jomām būtu jāpievērš pastiprināta loma uzņēmumā?*
B4_1	Ietekmei uz vidi
B4_2	Sociālajiem jautājumiem
B4_3	Nodarbinātības jautājumiem
B4_4	Pārtikas atkritumiem
B4_5	Uzņēmuma ekonomiskajai attīstībai
B5	*Kādi korporatīvās sociālās atbildības principi tiek ievēroti Jūsu uzņēmumā?*
B5_1	Tiesību aktu ievērošana, uzņēmējdarbību regulējošās tiesiskās vides prasību pildīšana
B5_2	Korupcijas risku samazināšana un izskaušana
B5_3	Labas kvalitātes produktu un pakalpojumu piedāvāšana
B5_4	Atbilstošu darba vietu radīšana
B5_5	Pilsoniskas sabiedrības attīstības veicināšana

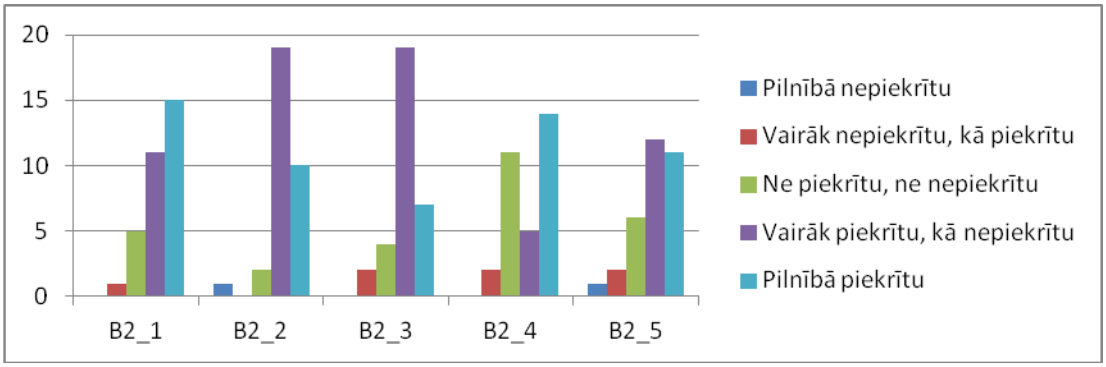
Rezultāti

Balstoties uz veikto pētījumu, tika veidotas piecas histogrammas, kas parāda respondentu sniegtos viedokļus par korporatīvo sociālo atbildību ēdināšanas nozares uzņēmumos, šī pētījuma ietvaros, pārskatāmībai, tiks ietvertas trīs no tām.



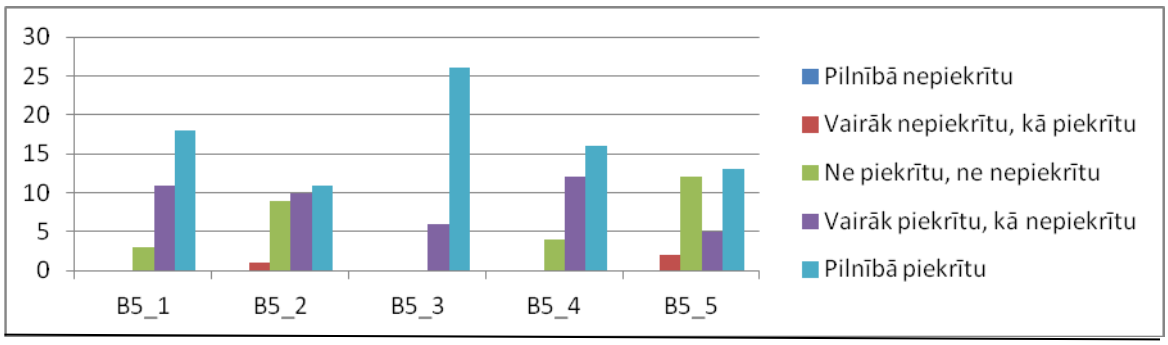
1.att. Respondentu atbilžu apkopojums par jautājumu, kas, Jūsuprāt, ir korporatīvā sociālā atbildība? (Avots: autora veidota histogramma, balstoties uz datiem no veiktā pētījuma)

Kā pirmais, respondentiem tika uzdots jautājums par to, kā viņi saprot vārdu salikumu korporatīvā sociālā atbildība. Visvairāk respondentu pilnībā piekrita tam, ka to var definēt kā „Sociāli atbildīga uzņēmējdarbība". Savukārt, definīcijai „Korporatīvās pārvaldes principi uzņēmējdarbībā", visvairāk tika atzīmēts atbilžu variants vairāk piekrītu, nekā nepiekrītu. Divas nosauktās korporatīvās sociālās atbildības definīcijas arī praktiski netika apšaubītas no respondentu puses, tikai viens respondents bija izvēlējiet atbildi „Vairāk nepiekrītu, kā piekrītu".



2.att. Respondentu atbilžu apkopojums par jautājumu, ko korporatīvā sociālā atbildība var sniegt uzņēmumam? (Avots: autora veidota histogramma, balstoties uz datiem no veiktā pētījuma)

Šeit acīm redzami, visvairāk apstiprinošas atbildes tika sniegtas par 2. apgalvojumu, jeb „Paaugstina investoru ieinteresētību". Lai gan par 3. apgalvojumu „Korporatīvā sociālā atbildība pieļauj iekšējo un ārējo risku stratēģisko vadību sociālajā un apkārtējās vides jomā" ir saņemtas vienlīdz daudz atbildes „Vairāk piekrītu, kā nepiekrītu", kā 2. apgalvojumam, tomēr atbilde „Pilnībā piekrītu" ir saņemta retāk, līdz ar to, šis apgalvojums ir saņēmis par 3 apstiprinošas atbildes mazāk kopsummā. Visvairāk atbilžu variantu „Pilnībā piekrītu", savukārt bija izvēlējušies respondenti par apgalvojumu, ka korporatīvā sociālā atbildība „Ietekmē uzņēmuma reputāciju sociālajā un apkārtējās vides aizsardzības jomā".



3.att. Respondentu atbilžu apkopojums par jautājumu, Kādi korporatīvās sociālās atbildības principi tiek ievēroti Jūsu uzņēmumā? (Avots: autora veidota histogramma, balstoties uz datiem no veiktā pētījuma)

Anketas ietvaros, šis jautājums izrādījās vienīgais, kura ietvaros ne par vienu no apgalvojumiem netika saņemta atbilde „Pilnībā nepiekrītu". Pārredzami, visvairāk apstiprinošas atbildes tika sniegtas par apgalvojumu „Labas kvalitātes produktu un pakalpojumu piedāvāšana". Otrajā vietā pēc apstiprinošo atbilžu sniegšanas summāri ierindojās otrais apgalvojums „Tiesību aktu ievērošana, uzņēmējdarbību regulējošās tiesiskās vides prasību pildīšana".

Secinājumi

Neskatoties uz to, ka aptaujas anketa parādīja, ka lielākā daļa uzņēmuma darbinieku saprot, kas ir korporatīvā sociālā atbildība; darbinieki apzinās, ko korporatīvā sociālā atbildība var sniegt uzņēmumam; darbinieki pārzina korporatīvās sociālās atbildības aktivitātes, ko veic uzņēmums; darbinieki lielākoties izprot jomas, kurām būtu jāpievērš uzmanība korporatīvās sociālās atbildības ietvaros; darbinieki pārzina principus, kas tiek ievēroti uzņēmumā korporatīvās sociālās atbildības ietvaros, tomēr, autorei piedaloties aptaujas veikšanas procesā izdevās pamanīt, ka lielākoties darbinieku zināšanas nav pietiekošas, vai arī darbinieku interese šajā jautājumā ir maza, vai arī darbinieki līdz galam neizprot ko kopumā korporatīvā sociālā atbildība var sniegt gan uzņēmumam, gan katram darbiniekam. Veiktais pētījums ļāva autorei izprast nianses, kuras uzņēmuma darbinieki pārzina vismazāk, un Maģistra darba pētījuma ietvaros tiks veidota plašāka aptaujas anketa, lai katrs respondents varētu iedziļināties korporatīvās sociālās atbildības būtībā, tiks veidota lielāka izlase, ko veidos lielāks uzņēmuma darbinieku skaits. Turklāt, autore ir ieinteresēta Maģistra darba ietvaros izpētīt korporatīvās sociālās atbildības iespējamo ietekmi uz uzņēmuma reputāciju, kā arī jau minēto sadarbību ar ieinteresētajām pusēm.

Bibliogrāfiskais saraksts

Eiropas Biznesa atbalsta tīkla Latvijā (EEN) Faktu lapa (2014) *Korporatīvā sociālā atbildība – modernas un ilgtspējīgas uzņēmējdarbības pamats* [skatīts 03.02.2018]. Pieejams: http://www.een.lv/wp-content/uploads/2017/02/FaktuLapa_KSI.pdf

Latvijas Balzams *Korporatīvā sociālā atbildība* [skatīts 04.02.2018]. Pieejams: http://www.lb.lv/lv/uznemums/sabiedriskas-aktivitates/sabiedribas-atbalsts/

Latvijas darba devēju konfederācija *Korporatīvās sociālās atbildība platforma*. [skatīts 03.02.2018]. Pieejams: http://www.lddk.lv/pakalpojums/korporativas-socialas-atbildibas-platforma/

Latvijas Republikas Labklājības Ministrija *Korporatīvā sociālā atbildība* [skatīts 03.02.2018]. Pieejams: https://www.lm.gov.lv/text/53

McWilliams, A., Siegel D.S., Wright P.M. (2006) Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of management studies*, (43, 1), 1-18.

Moon J. (2014) *Corporate Socila Responsibility: A very short introduction.* Oxford University Press.

Ozoliņa A. (2016) *Korporatīvā sociālā atbildība: „Rimi" un „Maxima" gadījuma analīze*. Bakalaura darbs. Latvijas Universitāte, Sociālo zinātņu fakultāte.

Rezepina I., Gražule A. (2016) Korporatīvā sociālā atbildība un tās vadīšana Latvijas uzņēmumos. *RSU Zinātņu konference.* Konferences protokols, 284-291

Royle T. (2005) Realism or idealism? Corporate social responsibility and the employee stakeholder in the global fast-food industry. *Business Ethics a European review*, (14, 1), 42-55.

Vīksna, A. (2002) Korporatīvās sociālās atbildības piemēri Latvijā. *Konference „Bizness un sabiedrība – savstarpējā sociālā atbildība?"* [skatīts 28.03.2018]. Pieejams: http://providus.lv/article/korporativas-socialas-atbildibas-piemeri-latvija

Anete Pučeta. KRITĒRIJI SOCIĀLĀS UZŅĒMĒJDARBĪBAS IDENTIFICĒŠANAI

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība" MBA, sic@eka.edu.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., lektors Edgars Čerkovskis

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūsdienās, visaptverošas globalizācijas ietekmē sociālajai uzņēmējdarbībai tiek pievērsta aizvien lielāka uzmanība. Tehnoloģijas turpina attīstīties aizvien straujāk, procesu automatizācija uzņēmumos vairs nav nekas neparasts, bet visu šo procesu kopums atstāj būtisku iespaidu uz bezdarba pieaugumu. Visvairāk tas skar mazkvalificēto darbaspēku. Arī sabiedrībā sociāli jūtīgās grupas izjūt aizvien lielāku apdraudējumu savai eksistencei. Sociālā uzņēmējdarbība ir risinājums daudzām aktuālām problēmām. Pastāv uzskats, ka šis uzņēmējdarbības veids ir ekonomikas nākotne. Sociālā uzņēmējdarbība ir uzskatāma par attīstīto valstu mūsdienu fenomenu, definīcija, kā tāda ir radusies nesen, lai gan šī uzņēmējdarbības forma patiesībā ir pastāvējusi vienmēr. Pieejamos avotos ir atrodami dažādi kritēriji, pēc kuriem mūsdienās var klasificēt sociālo uzņēmējdarbību.

Pētījuma mērķis: ir identificēt kritērijus sociālās uzņēmējdarbības definēšanai Latvijā un izpētīt sociālās uzņēmējdarbības jeb sociāli atbildīgas uzņēmējdarbības jēdziena būtības izpratni, ņemot vērā arī tās vēsturisko attīstību.

Pētījuma metodes: Pētījumā tiks izmantota kvalitatīvā datu vākšanas metode- zinātnisko rakstu analīze, lai veidotu teorētisko diskusiju un interpretētu pētījuma rezultātus. Pētījumā tiks izmantoti dažādu autoru sociālās uzņēmējdarbības identificēšanas kritēriji un definīcijas.

Sasniegtie rezultāti: Autores novērojumi liecina, ka sociālās uzņēmējdarbības definīcija atšķiras atkarībā no definētāja izcelsmes valsts, bet ir novērojamas kopējas iezīmes. Tas liecina, ka sociālās uzņēmējdarbības identificēšanas kritēriji ir piemērojama katram reģionam individuāli. Iegūtie pētījuma rezultāti palīdzēt gūt sapratni par sociālās uzņēmējdarbības jēdziena izpratni dažādu reģionu kontekstā, kā arī identificēt darbības kritērijus.

Atslēgas vārdi: sociālā uzņēmējdarbība; kritēriji; definīcija,

Ievads

Pasaules ekonomika strauji turpina attīstīties. Tomēr, neraugoties uz to, joprojām ir valstis, kuru iedzīvotāji dzīvo zem iztikas minimuma un nav spējīgi sevi apgādāt pat ar pirmās nepieciešamības precēm. Apskatot situāciju Eiropas kontekstā, ienākumu līmenis Latvijā tiek vērtēts, kā viens no zemākajiem visā savienībā, arī pirktspēja Latvijā ir otra zemākā Eiropas Savienībā, atstājot aiz sevis tikai Bulgāriju. (''Minimum wage statistics'' 2018). Sociāla uzņēmējdarbība ir veids, kā risināt nabadzībai pakļauto valstu problēmas. (Yunus,2007). Iespējams, sociālā uzņēmējdarbība ir veids, kā risināt daudzas sasāpējušas problēmas Latvijā, tāpēc ir būtiski identificēt kritērijus sociālajai uzņēmējdarbībai. Neskatoties uz to, ka jēdziena sociālā uzņēmējdarbība lietojums nemitīgi pieaug, sociālās uzņēmējdarbības laukam trūkst precizitātes salīdzinājumā ar ievērojami plašāko uzņēmējdarbības lauku kopumā. Izpratne par to, kāda ir patiesā uzņēmējdarbības ietekme uz sabiedrību, likusi veicināt sociāli atbildīgas uzņēmējdarbības izplatīšanos pasaulē un iespēju robežās kontrolēt bezatbildīgas biznesa prakses pastāvēšanu.

Literatūras apskats

Sociālo uzņēmējdarbību var definēt kā darbību kopumu, kuru ietekmē tiek risinātas dažādas sociālās problēmas, kā nabadzība, slimības, analfabētisms, vides iznīcināšanu, cilvēktiesību pārkāpumus un korupcija (Bornstein,Davis 2010)

Sociālais uzņēmums ir uzņēmums kas ir sociālās ekonomikas dalībnieks un tā galvenais mērķis

ir sociālās ietekmes īstenošana, nevis ieguvumu radīšana saviem īpašniekiem vai partneriem. Sociālais uzņēmums darbojas tirgū, inovatīvā un uzņēmējdarbībai raksturīgā veidā ražojot preces un sniedzot pakalpojumus, un izmanto ienākumus sociālo mērķu sasniegšanai vai nodarbina sociāli jutīgās sabiedrības grupas. Šos uzņēmumus vada atbildīgi un pārredzami, proti, iesaistot uzņēmuma ekonomiskajā darbībā tā darbiniekus, klientus un ieinteresētās puses (''EK ziņojums: Sociālās uzņēmējdarbības iniciatīva'' 2011). Taču arī viennozīmīga vispārpieņemta viena definējuma nav. Katrs autors vai organizācija akcentējuši noteiktas pazīmes, kurām acīmredzot devuši priekšroku. Visi skaidrojumi ir samērā līdzīgi. Tajos uzsvērta galvenā ideja par sociālo labumu, vienlīdzīgu iespēju nodrošināšanu, līdztiesības veicināšanu un palīdzību sabiedrības riska grupām, vai cilvēkiem, kuriem tobrīd klājas grūtāk.

Pēdējos gadus aizvien vairāk uzņēmēju debatēs, pasaules literatūrā medijos un sociālajos tīklos tiek diskutēts par to, ka sociālie uzņēmēji mainīs tradicionālo uzņēmējdarbību ar saviem progresīvajiem biznesa modeļiem. (Bornstein,Davis 2010)

Gan teorijās, gan praktiskās pārrunās visi eksperti uzsver, ka izmaiņas sākas galvenokārt domāšanā, kas ir šādas – atbildīgas – darbības pamats.

Arī sistēmiskais atbalsts pamazām pieaug. Sociāli atbildīga uzņēmējdarbības stratēģija, kuras pamatā ir filozofijas apakšnozarē ētikā paustās idejas, aktualizēta arī Eiropas Komisijas līmenī. (''EK ziņojums: Sociālās uzņēmējdarbības iniciatīva'' 2011).

Sociālā labuma un sociālās ietekmes apvienojums attiecināms un izmaiņām sistēmā kopumā. Faktiski šāds uzņēmums var aizsākt plašas reformas valstī kopumā, un veidot jaunas uzņēmējdarbības tradīcijas.Peļņas vairošana nav vienīgais uzņēmuma mērķis. Sociāli atbildīgi uzņēmēji jeb t.s. „sociālie biznesi", kā tos sarunvalodā apzīmē šīs jomas speciālisti, dod priekšroku sociāliem, ētiskiem un videi draudzīgiem mērķiem. Šie uzņēmēji strādā ar pārliecību, ka ir iespējams gan nopelnīt naudu, gan arī izdarīt kaut ko labu sabiedrībaipa (''OECD Vadlīnijas multinacionālajiem uzņēmumiem''2013)

Sociālā uzņēmējdarbīnas funkcijās ietilpst ne tikai sociālā labuma vairošana dažādās sabiedrības grupās, bet uz to gulstas atbildība arī ietekmēt sabiedrību pozitīvi, veidot tās viedokli un mainīt tās rīcību. Uzņēmums, izplatot savu vēsti un rādot labu piemēru, var pamazām mainīt arī veidu kā cilvēki domā un rīkojas. (Doeringer M, 2010)

Jēdzienam sociālā uzņēmējdarbība var atrast daudz un dažādas definīcijas, bieži vien sociālā uzņēmējdarbība tiek jaukta ar labdarību, bet sociālā uzņēmējdarbība nav labdarība, tas ir bizness pēc būtības, kura mērķis ir sociālā labuma vairošana. (Yunus,2007)

Bieži vien šie uzņēmumi piedāvā jaunus problēmu risinājumus tuvākai sabiedrībai, kopienai. No vienas puses viņi var piedāvāt labākus risinājumus, jo tajos apvienotas lieliskas speciālistu komandas un arī pašiem darbiniekiem ir labāki darba apstākļi un nosacījumi. Viņi strādā idejas vārdā un nav tikai mehāniski darba izpildītāji. Finansiālie resursi tiek vairāk uztverti kā instruments, nevis gala mērķis. Šāda veida uzņēmumi arvien vairāk tiek atbalstīti arī valstiskā un Eiropas līmenī, organizējot konferences, darba seminārus, paneļdiskusijas par šiem jautājumiem, lai aizvien vairāk skaidrotu ideju par to, ka šādai uzņēmējdarbībai pieder nākotne. (''EK ziņojums: Sociālās uzņēmējdarbības iniciatīva'' 2011).

Metodoloģija

Pētījumā tika izmantoti dažādu autoru sociālās uzņēmējdarbības identificēšanas kritēriji un definīcijas.

Tāpat arī šī raksta ietvaros tiek izmantotas speciālās literatūras un normatīvo dokumentu analīze, sintēze, loģiski konstruktīvā metode.

Darbā izmantoti dažādu autoru speciālās literatūras darbi, tematiskie raksti un publikācijas ar sociālo uzņēmējdarbību saistītu organizāciju interneta vietnēs, Latvijas un Eiropas mēroga normatīvie un plānošanas dokumenti. Darba autore tā izstrādes laikā saskārās ar atbilstošās

tēmas kvalitatīvas literatūras trūkumu bibliotēku krājumos, kā arī vairums speciālā literatūra ir pieejama tikai svešvalodās.

Rezultāti

Dažādu ekspertu starpā pastāv pat tik kardināls viedoklis, ka līdzšinējais ekonomiskais modelis, kas lielākajā daļā pasaules ir valdījis kopš Otrā pasaules kara beigām, ir pierādījis sevi kā dzīvotnespējīgu, un ir sabrukuši tā pamata uzstādījumi. Tiek apšaubīta brīvā tirgus pašregulācijas spēja, kas novedusi pie fakta, ka nepārtrauktas un stabilas izaugsmes vietā mēs piedzīvojam nevienlīdzību, nestabilitāti un krīzi. Pēc Robina Mureja (Murray, 2009) teiktā, ir nepieciešama jauna strukturālu izmaiņu programma radikālām infrastruktūras un institucionālām izmaiņām, kas būs priekšnosacījums jaunam, kvalitatīvi savādākam izaugsmes periodam.

Par sociālās uzņēmējdarbības pionieri uzskatāmo Gregorija Dīsa(Dees G, 2001) zinātniskajos rakstos ir atrodama informācija, ka sociālā uzņēmējdarbība ir radusies no nevalstiskā sektora organizācijām. ASV tās pamatā bija labdarības organizācijas, bet Eiropā aizsākumi meklējami mēģinājumos cīnīties ar hronisku strukturālo bezdarbu.

Ārvalstu autors Alekss Nikols (Nicholls A, 2006) ir izpētījis, ka sociālās uzņēmējdarbības jēdziens daudzos informācijas avotos tiek lietots kā sinonīms terminam sociālais uzņēmums. Tomēr sociālā uzņēmējdarbība ir plašāks jēdziens, kas ietver plašāka spektra darbības un dažādas sociālo pārmaiņu ieviešanas formas. Sociālās uzņēmējdarbības definīcijas ir samērā dažādas un nereti ļoti neskaidras tieši ārkārtīgi dinamiskās fleksibilitātes un sociālo uzņēmēju darbības plašuma dēļ.

Literatūrā plaši ir aprakstīta sociāli atbildīgas uzņēmējdarbības ideja – tātad sociālais labums. Sociālais uzņēmējs ir atbildīgs, ne tikai savu investoru priekšā, bet arī visas sabiedrības priekšā, par katru savu rīcību un tā atbilstību sociālā uzņēmēja statusam (Dees G, 2001).

Metjū Dēringers (Doeringer M, 2010) sociālo uzņēmumu raksturo sekojoši:

1) Tas gūst peļņu no preču un pakalpojumu pārdošanas;
2) Tas ir pašfinansējošs ilgtermiņā;
3) Vismaz pusi no peļņas iegulda sociālo pārmaiņu radīšanā;
4) Tas nodrošina pienācīgu atalgojumu saviem darbiniekiem;
5) Tā mērķis nav radīt peļņu kapitāldaļu īpašniekiem;
6) Tā pastāvēšana nav balstīta uz brīvprātīgo darbaspēku, grantiem un ziedojumiem ilgtermiņā, kaut gan īslaicīgi šie instrumenti var tikt izmantoti".

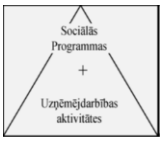
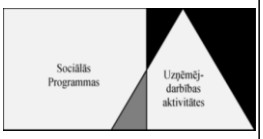
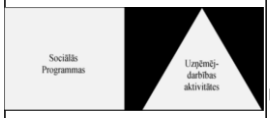
Arī Eiropas Komisijas ziņojumā ir definētas trīs raksturojošām iezīmes pēc kurām var noteikt vai uzņēmums darbojas sociālās uzņēmējdarbības vidē:

1) Uzņēmuma izvirzītā sociālā misijas sasniegšana ir būtiskāka par peļņu;
2) Iegūtā peļņa tiek investēta sociālajā mērķi, nevis sadalīta;
3) Darba organizācijā īpaši tiek uzsvērta sociāla vienlīdzība, cilvēktiesības un demokrātiskās vērtības. (''EK ziņojums: Sociālās uzņēmējdarbības iniciatīva'' 2011)

Turpretī tādi zinātniskie autori, kā Hoogendoorn B. Pennings E. Thurik R. sociālos uzņēmumus pēc kritērijiem iedala dažādos modeļos. Proti, šie autori norāda, ka sociālie uzņēmumi tiek veidoti, lai radītu sociālu un ekonomisku vērtību. To izveidošana sākas ar sociālā mērķa nospraušanu, kas nosaka uzņēmuma pastāvēšanas jēgu saistībā ar bezpeļņas misiju. Tikpat svarīgi ir noteikt biznesa aktivitāšu struktūru peļņas gūšanas nodrošināšanai. Turklāt būtiski noteikt, pēc kāda modeļa šie abi faktori tiks apvienoti kopējā operacionālajā struktūrā. Pamatā visi sociālie uzņēmumi iekļaujas trīs galvenajos arhetipiskos modeļos:

1) Iekļautais sociālais uzņēmums.
2) Integrētais sociālais uzņēmums
3) Ārējais sociālais uzņēmums

Pēc šiem modeļiem var identificēt vai uzņēmumam ir vispār kāda saistība ar sociālo uzņēmējdarbību kā arī noteikt, kurš no trijiem modeļiem vislabāk atbilst uzņēmumam.

Arhetipiskie modeļi	Vizualizācija	Apraksts	Ieguvumi
IEKĻAUTAIS SOCIĀLAIS UZŅĒMUMS		Šajā modelī uzņēmējdarbības aktivitātes un sociālās programmas ir sinonīmi. Biznesa aktivitātes šajā gadījumā ir iekļautas organizācijas kopējā organizācijas darbībā un sociālās misijas sasniegšanas procesā. Tātad uzņēmums ir kā papildus instruments, lai īstenotu savus sociālos mērķus.	Mērķa grupa jeb klienti ir uzņēmuma radītā publiskā labuma saņēmēji. Sociālās programmas tiek pašfinansētas no uzņēmuma radītās peļņas, tādējādi iekļautais sociālais uzņēmums var kalpot arī kā sociālās programmas ilgtspējas nodrošināšanas stratēģijas elements. Saistība starp sociālajām programmām un biznesa aktivitātēm ir saskaņota, vienlaicīgi radot gan sociālos, gan peļņas ieguvumus
INTEGRĒTAIS SOCIĀLAIS UZŅĒMUMS		Integrētā sociālā uzņēmuma biznesa aktivitātes daļēji pārklājas ar sociālajām programmām, savstarpēji dalot izmaksas, aktīvus un programmu atribūtus. Uzņēmuma aktivitātes ir integrētas organizācijas kopējos procesos. Viens no veidiem kā uzlabot paplašināt savu sociālo misiju ir sociālo pakalpojumu komercializācija, sniedzot maksas pakalpojumus jauniem tirgus segmentiem, vai izveidojot jaunus pakalpojumus jau esošajiem klientiem.	Sociālo programmu klienti iegūst labumu no investīcijām sociālajās programmās, ko veic izmantojot uzņēmuma iegūto peļņu, bet tie var nebūt iesaistīti uzņēmuma procesos un darbībās. Šādi sociālie uzņēmumi izmanto mātes organizācijas aktīvus (kompetence, kontakti, zīmols un infrastruktūra) biznesa pamatā. Biznesa aktivitātes un sociālās programmas ir sinerģiskas – tās viena no otras savstarpēji iegūs – bizness sociālu vērtību un sociālās programmas – finansiālu ieguvumu
ĀRĒJAIS SOCIĀLAIS UZŅĒMUMS		Ārējā sociāla uzņēmuma gadījumā sociālas programmas ir nošķirtas no biznesa aktivitātēm. Organizācijas un uzņēmuma operacionālie procesi nav savstarpēji saistīti. Sociālo programmu klienti nav tiešā veidā saistīti ar sociālā uzņēmuma darbību.	Sociālās programmas un biznesa aktivitātes ir savstarpēji atbalstošas, kurās sociālo programmu īstenošanai uzņēmums nodrošina nepieciešamo finansējum

1.att. Sociālajās uzņēmējdarbības modeļi (Avots: autores kopsavilkums par sociālās uzņēmējdarbības modeļiem. (Social enterprise business models (2009))

Secinājumi

Attīstot sociālo uzņēmējdarbību, var mazināt slogu uz sociālo drošības tīklu, tai skaitā:

- Veicināt nodarbinātību;
- Atbalstīt maznodrošinātas personas;
- Sniegt kvalitatīvākus sociālos pakalpojumus;
- Mazināt kopējos valsts un pašvaldību sociālos izdevumus.

Pēc autores domām, sociālā uzņēmējdarbībā būtu jānosaka šādi kritēriji:

- Sociālais uzņēmums nav veidots ar pamata nolūku palielināt tā dalībnieku peļņu;
- Sociālajos uzņēmumos īstenotās pamatvērtības ir sociālie mērķi, līdztiesība un līdzvērtība, cieņas pilna attieksme, inovatīvs un atvērts skats uz pasauli
- Sociālā uzņēmuma pamatmērķis ir sabiedriskā labuma mērķis;
- Sociālā uzņēmuma pamatdarbība ir atbildīga saimnieciskā darbība;
- Sociālais uzņēmums var saņemt likumos noteiktos nodokļu atvieglojumus;
- Finanšu uzraudzību - nodokļu administrācijas pārziņā.

Bibliogrāfiskais saraksts

Bornstein D. and Davis, S. (2010). *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP WHAT EVERYONE NEEDS TO KNOW*, Oxford University Press, Inc, New York

Dees G, J. (2001) *The Meaning of Social Entrepreneurship*. [skatīts 22.03.2018]. Pieejams: https://pullias.usc.edu/wp-content/uploads/2012/06/dees.pdf

Doeringer F. (2010) Fostering Social enterprise: A Historical and International Analysis. *Duke Journal of Comparative & International Law,* (20), 20-291.

Eiropas Komisija (2010). *Komisijas paziņojums: „Eiropa 2020" Stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un integrējošai izaugsmei.* [skatīts 31.03.2018]. Pieejams: https://publications.europa.eu/lv/publication-detail/-/publication/6a915e39-0aab-491c-8881-147ec91fe88a/language-lv

Hoogendoorn B., Pennings E., Thurik R. (2011) *EIM Research Report:* A conceptual overview of what we know about Social Entrepreneurship. [skatīts 29.03.2018]. Pieejams: https://www.researchgate.net/profile/Brigitte_Hoogendoorn/publication/254410534_A_conceptual_overview_of_What_We_Know_About_Social_Entrepreneurship/links/00b7d53746977a0fcc000000/A-conceptual-overview-of-What-We-Know-About-Social-Entrepreneurship.pdf

Minimum wage statistics (2018). *Eurostat statistic.* [skatīts 31.03.2018]. Pieejams: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Minimum_wage_statistics

Murray R. (2009) *Danger and Opportunity: Crisis and the new Social Economy. Provocation.* London: NESTA.

Nicholls A. (2006) *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: University press

OECD Vadlīnijas multinacionālajiem uzņēmumiem (2013). *Atbildīga uzņēmējdarbība.* [skatīts 05.04.2018]. Pieejams: http://www.mfa.gov.lv/data/file/oecd_vadlinijas_lv_web%20buklets.pdf

Social enterprise business models (2009). *Mars Library* [skatīts 05.04.2018]. Pieejams: https://www.marsdd.com/mars-library/social-enterprise-business-models/

Yunus M.(2007). *Creating world without poverty: Social business and the future without capitalism.* New York: PublicAffairs

Irina Konstantinova. NORMATĪVO AKTU IETEKME UZ KORPORATĪVO SOCIĀLO ATBILDĪBU LATVIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, Studiju programmas "Biznesa vadība", riwa@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.phil., profesore Velga Vēvere

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: 2018.gada 1.janvārī stājās spēkā Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums, kurš ievieš būtiskas izmaiņas uzņēmumu darbībā, tās skar arī organizācijas, kurām ir piešķirts sabiedriskā labuma statuss. Nodokļu reformas ietvaros tiek ieviesta jauna konceptuāla uzņēmuma ienākuma nodokļa maksāšanas kārtība. Nodokļu atlaide uzņēmumiem, kas ziedo līdz 2017. gada 31. decembrim bija UIN samazināšana par 85 procentiem no SLO ziedotajām summām, taču kopējā nodokļa atlaide nedrīkst pārsniegt 20 procentus no aprēķinātā nodokļa kopējās summas. Šobrīd likuma ietvaros var izmantot vienu no šādiem atvieglojuma variantiem: neiekļaut taksācijas periodā ar UIN apliekamajā bāzē ziedoto summu, bet ne vairāk kā 5 % apmērā no iepriekšējā pārskata gada peļņas pēc aprēķinātajiem nodokļiem; Neiekļaut taksācijas periodā ar UIN apliekamajā bāzē ziedoto summu, bet ne vairāk kā 2 % no iepriekšējā pārskata gadā kopējās darba ņēmējiem aprēķinātās bruto darba samaksas, no kuras samaksāti valsts sociālās apdrošināšanas maksājumi; Samazināt taksācijas periodā aprēķināto UIN, kas aprēķināts par pārskata gadā aprēķinātajām dividendēm, par 75 % no ziedotās summas, bet nepārsniedzot 20 % no aprēķinātās UIN summas par aprēķinātajām dividendēm. Diskusijas par izmaiņām, kas radīsies pēc jaunā likuma par uzņēmumu ienākuma nodokli, radās jau 2017.gada vidū. Sabiedriskā labuma organizācijas pauž viedokli, ka normatīvo aktu izmaiņas būtiski mazinās motivāciju ziedot. Kā arī pauž bažas, ka izmaiņu dēļ ziedojumu apmērs var sarukt aptuveni piecas reizes. Pastāvot šāda veida izmaiņām, rodās arī nepieciešamība pēc pētījuma, kura ietvaros tiks apskatīta un analizēta izmaiņu ietekme uz ziedotājiem un organizācijām, kuras saņem ziedojumus.

Pētījuma mērķis: Noteikt ziedotāju rīcību, mainoties likumdošanai un tās ietekme uz sabiedriskā labuma organizāciju darbību.

Pētījuma metodes: Šī raksta ietvaros tiks izmantota publisko dokumentu analīzes metode, tiks pētīti tādi informācijas avoti kā normatīvie akti un to anotācija, ekspertu viedokļi, zinātniskie raksti, grāmatas un raksti. Pētījuma ietvaros tiks izmantota kvalitatīvā pētījumu metode- intervija, kuras ietvaros respondenti no uzņēmuma un sabiedriskā labuma organizācijas paudīs savus viedokļus par pētāmo darba tēmu. Iegūto datu apkopošanai tiks izmantota grafiskās analīzes un transkripcija.

Sasniegtie rezultāti: izpētot un izanalizējot visus pētījumā izmantotos informācijas avotus, apkopojot un attēlojot statistiskos datus, tiks iegūts kopējs priekšstats par normatīvo aktu izmaiņu ietekmi gan uz ziedotajiem, gan uz sabiedriskā labuma organizācijām.

Atslēgas vārdi: ziedojums; sabiedrība; atbalsts; uzņēmums; labums.

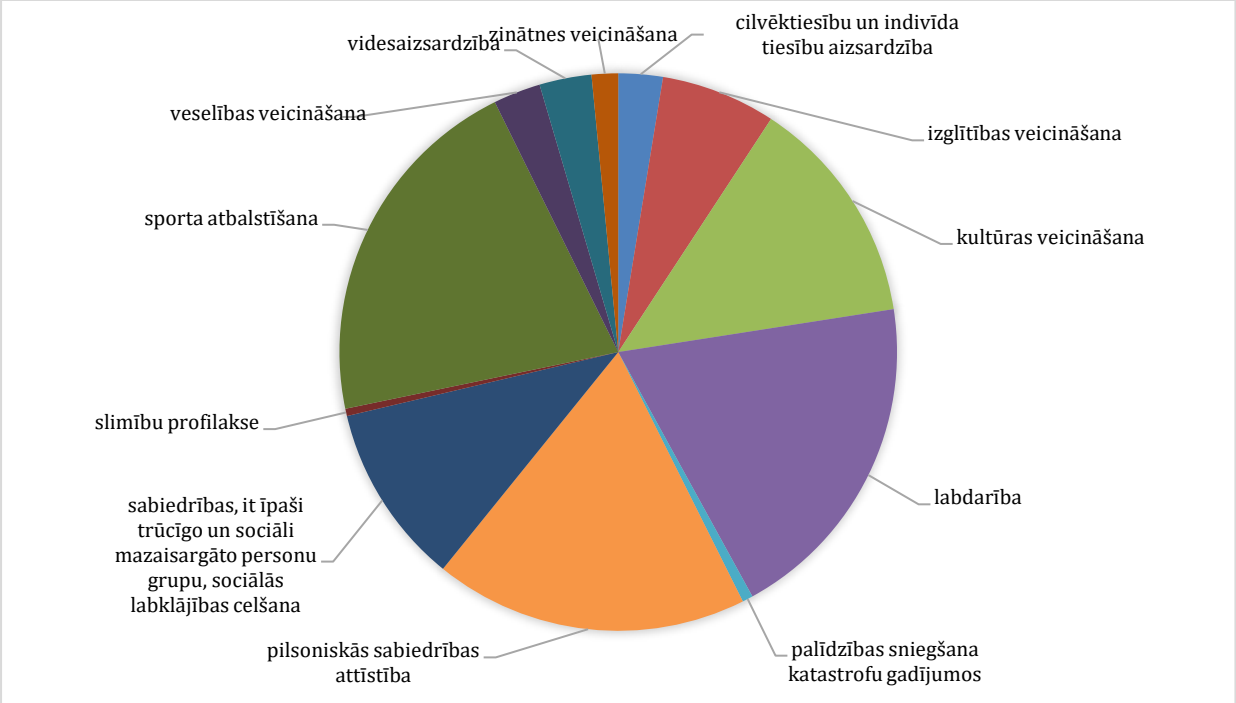
Ievads

Korporatīvā sociāla atbildība ir ļoti plašs jēdziens. Uzņēmējdarbība, kura ir sociāli atbildīga pastāv Latvijā jau no pirmās brīvvalsts laikiem. 19. gadsimtā uzņēmumi izmantoja praksi, ka sabiedrībai kaut kas ir jādod atpakaļ. Tie varētu būtu finansiāls atbalsts, vaid darbinieku dzīvības labiekārtošanas. Labas kompānijas cenšas būt labas arī pilsoņiem un sabiedrībai kopumā. Sociāla atbildība uzņēmumā, ir labas izaugsmes iespējas biznesam kopumā, jo atbildīga rīcība veido cieņu uzņēmumā darbinieku vidu un sabiedrības. 20. gadsimta trīsdesmitajos gados uzņēmēji piekopa un īstenoja labdarību (Pētersons, Pavāre 2005). Eiropas Komisija dod šādu definīciju korporatīvai sociālai atbildībai: „Korporatīvā sociāla atbildība ir koncepcija, kas apliecina, ka kompānija savā darbībā rēķinās ar sociāliem un vides aspektiem un ka to sadarbība ar saviem partneriem ir balstīta uz brīvprātības principu." (Griffin 1972). Eiropas Komisija 2001.gadā uzsāka plašas debates Eiropā par korporatīvo sociālo atbildību. «Korporatīvā sociālā

atbildība ietver sevī uzņēmuma brīvprātīgu ieguldījumu cilvēku kapitālā, vides sakārtošanā un attiecībās ar iesaistītajām pusēm (piegādātājs – ražotājs – tirgotājs – klients)» (Šimanska 2012). Komisija 2006. gadā nāca klajā ar paziņojumu, ka Eiropas Savienība ir jāpadara par «izcilības paraugu uzņēmumu sociālās atbildības jomā» un KSA ir «līdzeklis, lai iestātos par solidaritāti, kohēziju un iespēju vienlīdzību situācijā, kad pasaulē konkurence palielinājusies» (Šimanska 2012). 2007.gada 13. martā Eiropas Parlaments nāca klajā ar rezolūciju "Par korporatīvo sociālo atbildību: jauna partnerība." "KSA ir jāpievēršas tādām jaunām jomām kā mūžizglītībai, darba organizēšanai, vienlīdzīgām iespējām, sociālajai integrācijai, ilgtspējīgai attīstībai un ētikai, lai tā darbotos kā papildu instruments rūpniecības pārmaiņu un restrukturizācijas pārvaldīšanā.» (Eiropas parlamenta rezolūcijas priekšlikums 2006). 2010. gada 25. novembrī Eiropas Parlaments nāk klajā ar rezolūciju par uzņēmumu sociālo atbildību starptautiskos tirdzniecības nolīgumos. «Savienībai ir jānodrošina tās īstenotās ārpolitikas patiess ieguldījums attiecīgo valstu ilgtspējīgas attīstības un sociālās attīstības nodrošināšanā un ka Eiropas korporāciju rīcība visur, kur vien tās investē un veic uzņēmējdarbību, atbilstu Eiropas vērtībām un starptautisko nolīgumu normām.» (Eiropas Parlamenta 2010. gada 25. novembra rezolūcija par uzņēmumu sociālo atbildību starptautiskos tirdzniecības nolīgumos 2010)

Filantropiskās un reliģiskās kustības 18.gadsimtā ir korporatīvas filantropijas sākuma etaps. Uzņēmējdarbība, kura ir sociāli atbildīga, Latvijā sāka pastāvēt jau no pirmās brīvvalsts laikiem. 19.gadsimtā uzņēmumi piekopa praksi, kas noteica, ka sabiedrībai ir tiesības saņemt labumu no uzņēmumiem. Tas var būtu finansiāls atbalsts, vai darbinieku dzīves apstākļu labiekārtošana. Sociālā atbildība uzņēmumā ir labas izaugsmes iespējas uzņēmējdarbībai kopumā, jo atbildīgā rīcība veido cieņu uzņēmuma darbinieku vidū un sabiedrībā. 20.gadsimta trīsdesmitajos gados uzņēmēji piekopa un īstenoja labdarību, filantropiju un mecenātismu (Ziediņa 2016). Attīstoties sabiedrībai, radās arī dažāda veida sociālas problēmas, kuras valsts pati nespēj risināt, un šeit ir nepieciešama sociāli atbildīgu uzņēmumu līdzdalība radušos problēmu risināšanā. Korporatīvās filantropijas gala rezultāts ir sabiedrības labklājības līmeņa celšana.

Ir jāatzīmē, ka korporatīvās filantropijas dalībnieki no vienas puses ir uzņēmumi jeb ziedotāji, un sabiedriskā labuma organizācijas (turpmāk tekstā SLO) . Labums no uzņēmējdarbības valstī ir skaidrs, taču ir svarīgi minēt, kāds labums valstij un sabiedrībai no nevalstisko organizāciju darbības. Kā tika minēts iepriekš, uzņēmējdarbība sniedz palīdzību un atbalstu valstij tādu problēmu risināšanā, kurā pati valsts nespēj to atrisināt. Identisks mērķis un uzdevums ir arī nevalstisko organizāciju darbībai. Tās darbojas tādās dzīves sfērās, kurās valsts nevar pilnvērtīgi un pilnīgi darboties un sniegt savu atbalstu, kā piemēram, palīdzība cilvēkiem ar īpašām vajadzībām, dzīvnieku aizsardzība, cilvēkiem ar neārstējamām slimībām, cilvēkiem ar atkarībām, vides aizsardzība, kā arī sporta un kultūras jomās. Uz šo brīdi Latvijā darbojas nevalstiskās organizācijas, kuras darbojas vairākos virzienos, kas arī ir aprakstīts izveidotā pēc Valsts ieņēmuma dienesta (turpmāks tekstā VID).



1.att. Nevalstisko organizāciju darbības sfēras Latvijā (Avots: autora apkopojums pēc VID datiem (VID 2018))

No minētās diagrammas var redzēt, ka nevalstisko organizāciju darbība aptver ļoti lielu daļu no valsts sociālajām sfērām un, līdz ar to, arī problēmām, kas rodas šajās sfērās.

Ļoti svarīgi, lai valsts, kuru atbalsts uzņēmumi un nevalstiskās organizācijas, sadarbojoties dažās sociālās sfērās un risinot dažādas problēmas kopējiem spēkiem, nāktu pretī un radītu sistēmu, kas ļautu nevalstiskajām organizācijām saņem finansiālu un materiālu atbalstu no uzņēmumiem, un, savukārt, uzņēmumiem radīt motivāciju un nodokļu atvieglojumu sistēmu par sniegto finansiālo atbalstu nevalstiskajām organizācijām.

Valsts ir izveidojusi tiesisko bāzi nevalstisko organizāciju un biedrību sabiedriskā labuma veicināšanai. Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 2.panta pirmā daļa nosaka, ka Sabiedriskā labuma darbība ir tāda darbība, kas sniedz nozīmīgu labumu sabiedrībai vai kādai tās daļai, it sevišķi, ja tā vērsta uz labdarību, cilvēktiesību un indivīda tiesību aizsardzību, pilsoniskas sabiedrības attīstību, izglītības, zinātnes, kultūras un veselības veicināšanu un slimību profilaksi, sporta atbalstīšanu, vides aizsardzību, palīdzības sniegšanu katastrofu gadījumos un ārkārtas situācijās, sabiedrības, it īpaši trūcīgo un sociāli mazaizsargāto personu grupu sociālās labklājības celšanu (Sabiedriskā labuma organizāciju likums 2014). Tādēļ nevalstiskajām organizācijām, kurām saskaņā ar minēto likumu tika piešķirts sabiedriskā labuma organizācijās statuss, ir iespējas saņemt visas likumā noteiktās priekšrocības. Taču šīs priekšrocības tiek dotas arī uzņēmumiem, saņemot par veiktajiem ziedojumiem nodokļu atvieglojumus.

Latvijas likumdošana līdz 2018.gada 1.janvārim noteica, ka uzņēmumi saņem nodokļa atlaidi 85% apmērā no ziedotās summas. Taču atlaide nedrīkst pārsniegt 20% no nodokļa kopējās summas. (Par uzņēmumu ienākuma nodokli 1995). Pateicoties šais nodokļu atvieglojumu sistēmai, labumu no ziedojumiem ieguva abas korporatīvās filantropijas puses- gan ziedotāji, gan SLO.

Taču, 2017.gada 11.julijā Saeimas prezidijam tika iesniegts Ministru kabineta izveidotais likumprojekts "Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums", kurš jau 2018.gada 1.janvārī stājās likumīgā spēkā. Līdz ar likumprojekta iesniegšanu Saeimā masu mēdiji publicēja vairāku SLO pārstāvju viedokļus un paustās bažas, ka jaunais likums var nodarīt kaitējumu SLO darbībai. Tā

nevalstisko organizāciju pārstāvji lēš, ka vidēji gadā saņemtie ziedojumi (97 milj.) var sarukt par 5 reizēm līdz pat 20.milj. Nevalstiskais sektors to sauc par katastrofu, jo apdraudēti ir gan "ziedot.lv" palīdzības projekti, gan "Iespējamās misijas" jauno pedagogu darbs, sportisti, vēža slimnieki un visi pārējie, kurus atbalsta tieši sabiedriskā labuma organizācijas (Kinca 2017).

Protams, viedokļi atšķiras, tā, piemēram, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras padomes locekle Elīna Rītiņa norāda: "Rēķinot apmēru, tas sanāk līdzvērtīgs un pat vairāk nekā pašreizējā uzņēmumu ienākuma nodokļa atlaide. Papildu tam ir vēl divas iespējas ziedot, kas nebija iepriekš. Iespēja ziedot arī no peļņas apmēra, ja arī nav maksājamais nodoklis, un ziedot arī no samaksātā sociālā nodokļa apmēra." (Klūga 2017)

Šo pētījumu izstrādāja un veica Ekonomikas un kultūras augstskolas "Biznesa vadība" studiju programmas studente Irina Konstantinova. Tas ir izveidots no trim etapiem: teorētiskās bāzes izveidošanas, pētījuma metodoloģijas formulējuma un iegūtu datu apkopojumu, analīzi un salīdzinājumu. Pētījuma mērķis ir izpētīt kā jaunā likumdošana ietekmēs ziedotāju rīcību, kā arī tās izmaiņu ietekmi uz sabiedriskā labuma organizāciju darbību. Kā viena no metodēm šī pētījuma ietvaros tiks izmantota dokumentu analīze. Šī raksta ietvaros tiks pētīti tādi informācijas avoti kā normatīvie akti un to projekti, ekspertu viedokļi, zinātniskie raksti, grāmatas un raksti. Iegūto datu apkopošanai tiks izmantota grafiskās analīzes un statistiskā metode. Lai sasniegtu pētījuma mērķi, darba autore izvirzīja sekojošus jautājumu: (1) Kā likumdošanas izmaiņas ietekmē ziedotāju rīcību? (2) Kāda ir ziedotāju rīcības izmaiņu ietekme uz sabiedriskā labuma organizāciju darbību?

Literatūras apskats

Darba autore par sava pētījuma mērķi izvirzīja noskaidrot, kādas izmaiņas ieviesīs jaunais Uzņēmumu ienākumu nodokļa likums, īpaši kā tas ietekmēs ziedotāju rīcību un, līdz ar to arī sabiedriskā labuma organizāciju darbību. Lai sasniegtu minēto mērķi, darba autore šī pētījuma robežās izmantos dažādus informācijas avotus, kuri ir attiecināmi uz šo jautājumu, un ar kuru palīdzību tiks maksimāli precīzi atspoguļota situācija ziedotāju un sabiedriskā labuma organizāciju vidū.

Neskatoties uz salīdzinoši mazu laika posmu, kas ir pagājis kopš Uzņēmuma ienākumu nodokļa likuma stāšanās likumīgā spēkā, ir pausti dažādi viedokļi par likuma piemērošanu, tā radīto izmaiņu raksturu un ietekmi uz uzņēmumu un SLO darbību.

Tā kā darbā tiks pielietota normatīvo aktu analīzes metode, par pamatavotu šim pētījumam tika ņemts Uzņēmuma ienākumu nodokļa likums un tā anotācija (Likumprojekta "Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums" sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojums (anotācija) 2017). Likuma anotācija detalizēti izklāsta nodokļu reformas būtību, tās nepieciešamību un paredz arī izmaiņas, kas radīsies ekonomiskajā uzņēmumu un iedzīvotāju sfērā. Tāpat tiks vērtēti un ņemti salīdzinājumā priekšlikumi, kuri tika iesniegti Saeimas Budžeta un finanšu (nodokļu) komisijai par Uzņēmumu ienākumu nodokļa likumu. Par jaunpieņemto likumu masu medijos ir izteikušies daudzi speciālisti, kuru raksti un viedokļi arī tiks izmantoti šā pētījuma ietvaros, lai pilnvērtīgi atspoguļotu Uzņēmumu ienākumu nodokļa likuma ieviesto izmaiņu ietekmi uz sabiedrību un, īpaši uz uzņēmumu korporatīvo atbildību. Viedokļi ir dažādi, kā likumu atbalstoši, gan skeptiski. Tā, piemēram, sabiedriskā labuma organizāciju "ziedot.lv" un "Iespējamās misijas" pārstāvji izsaka pamatotu viedokli par nodokļu reformas negatīvo ietekmi uz sabiedriskā labuma organizāciju darbību. (Kinca 2017). Atšķirīgi viedokļi mijās starp Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameru un Latvijas Olimpisko komiteju, kur pirmais uzskata, ka nodokļu reforma uzlabos esošo ziedojumu veikšanas sistēmu, dodot iespēju uzņēmumiem saņemt vēl lielākas atlaides, veicot ziedojumus sabiedriskā labuma organizācijām. (Klūga 2017). Līdzīgs viedoklis tika pausts arī no Astras Kaļānes, Finanšu ministrijas Tiešo nodokļu departamenta direktores, puses (Kaļāne 2017). Ilmārs Šņucins, Finanšu ministrijas valsts sekretāres vietnieks nodokļu, muitas un grāmatvedības jautājumos pozitīvi vērtē izmaiņas likumā „Šādas pārmaiņas stimulē Latvijā strādājošos uzņēmējus domāt ilgtermiņā – atvēlēt pēc iespējas vairāk līdzekļu attīstībai,

tostarp darbības modernizācijai, ražošanas apjomu vai pakalpojumu sniegšanas kvalitātes celšanai un citiem plāniem, kas spēcinātu uzņēmumus. Jau iepriekšējos gados vēlmi pēc šādām izmaiņām bija pieteikuši daudzi uzņēmēji un to pārstāvošās organizācijas, tostarp ar mērķi veicināt godīgāku konkurences vidi, kas motivē uzrādīt patieso uzņēmumu finanšu stāvokli. Nozīmīgi tas ir arī jauniem uzņēmumiem, kam izaugsmes posmā ir svarīgs katrs papildu eiro investīcijām un apgrozāmajam kapitālam." (Šņucins 2017).

Madaras Briedes rakstā tiek atspoguļots matemātiski aprēķinātas prognozējamās izmaiņas, kas var iestatāties pēc Uzņēmuma ienākuma nodokļu likuma pieņemšanas (Briede 2017). Līdzīgi viedokļi tiek pausti arī citos rakstos.

Kā viens no informācijas avotiem, kurš ir diezgan precīzs un atspoguļo faktisko situāciju uzņēmumu ziedošanas rīcībā un tās ietekmi uz organizāciju darbību, ir intervijas ar uzņēmumu un sabiedriskā labuma organizāciju pārstāvjiem.

Viedokļi ir dažādi, no Valsts pārstāvjiem tie ir pozitīvi, bet no uzņēmumu un organizāciju puses var just pagaidām nesaprašanu, bažas un šaubas par to, kas notiks un kādas izmaiņas sagaida katru no viņiem tuvākajā laikā. Likums ir stājies likumīgā spēkā, bet kā tās ietekmēs uzņēmumu un SLO nākotni ziedojumu sfērā, to tieši tagad ir vērts izpētīt, un izanalizēt iegūtos datus, par cik šīs izmaiņas arī tieši skars sabiedrību kopumā.

Metodoloģija

Pētījumā galvenokārt tika vākti speciālistu viedokļi par pētāmo problēmu, kuri tika salīdzināti savā starpā. Tika pētīts likums un tā anotācija, kurā ir norādīts likuma mērķis, būtība un pamatojums tā izstrādei. Izrietot no tā tiks aprakstīts jaunais UIN aprēķins. Darba autore tos analizēs un savā starpā salīdzinās. Taču, lai no pētījuma rastu secinājumus un priekšstatu par esošo situāciju, ir svarīgi uzzināt pašu ziedotāju un organizāciju viedokļus, kā arī esošās situācijas analīzi. Darba gaitā tiks veiktas intervijas, kuru ietvaros respondentiem tiks uzdoti sekojoši jautājumi:

Tabula 1. Jautājumi respondentiem (Avots: autora apkopojums)

Ziedotājiem	Sabiedriskā labuma organizācija
Kādā veidā Jūs veicat ziedojumus? (finansiāli vai produkcijas veidā)	Kādā nozarē darbojas Jūsu sabiedriskā labuma organizācija?
Cik regulāri Jūs to veicat?	Kādā veidā pārsvarā Jūs saņemat ziedojumus?
Cik organizācijām Jūs ziedojat?	Cik uzņēmumi Jums ziedo?
Kāda ir Jūsu motivācija veikt ziedojumus?	Kādā veidā tiek piesaistīti ziedotāji?
Pēc pieņemtā jaunā Uzņēmumu ienākumu nodokļu likuma Jūs samazinājāt ziedojumu skaitu?	Vai pēc jaunā Uzņēmumu ienākumu nodokļu likuma pieņemšanas ir mainījusies ziedotāju attieksme?
Kā jūs vērtējat jauno Uzņēmumu ienākumu nodokļu likumu un tā piemērošanu?	
Kuru no atlaidēm jūs izmantosies?	

Jautājumi ir izveidoti balstoties uz jau esošām noteiktas jomas teorijām, ekspertu viedokļiem un izveidotiem rakstiem par pētāmo tēmu. Respondentu atbildes skaidri parādīs kā uzņēmumu un SLO darbības jomas tika aizskartas ar jaunā Uzņēmumu ienākumu nodokļu likuma pieņemšanu, kā tas atspoguļojas uz ziedošanu gan no uzņēmumu puses gan no SLO puses. Darba autore uzskata, ka minētie jautājumi palīdzēs iegūt visprecīzāko informāciju, lai izveidotu konkrētus un tiešus secinājumus par esošo situāciju ziedošanas jomā Latvijā.

Respondentu atlases veidošanā tiks izmantota līdzīgo un atšķirīgo gadījumu metode, kuras ietvaros tiks izvēlēta SLO, kura darbojas vienā no lielākajām SLO darbības sfērām. Pēc iepriekš izveidotas diagrammas tās ir: labdarība, sporta atbalstīšanas, pilsoniskā sabiedrības attīstība.

Par intervijas respondentu tika izvēlēta SLO, kas nodarbojas ar atkarīgo personu resocializāciju. Par respondentu no uzņēmumiem, kas ziedo SLO, tika izvēlēts vidēja lieluma ražošanas un tirdzniecības uzņēmums, pēc informācijas pieejamības principa.

Ir noteikts algoritms, pēc kura tiek rēķināts UIN un nodokļu atvieglojums tiem ziedotājiem, kuri ziedo SLO. Nodokļu atvieglojumu var piemērot tiem uzņēmumiem, kuriem pēc izveidotā gada pārskata ir peļņa. Pēc iepriekšēja gada noteikumiem, nodokļu atvieglojumu rēķina pēc formulas (Formula 1.). Atskaites bija jānodod vienreiz gadā, kad tiek izveidots gada pārskats un aprēķināta peļņa.

UIN = Peļņa pirms nodokļiem x UIN likme (15%)

Atlaide ir 85% no ziedotas summas, bet ne vairāk ka 20% no aprēķināta UIN (1)

Mainoties likumiem, kopumā tiek izmainīts gan veids pēc kura tiek aprēķināts UIN, gan arī taksācijas periods. Šobrīd ir pārejas periods, kura laikā viss tiek aprēķināts un maksāts pēc iepriekšējās likumā noteiktās kārtības. Izmaiņas UIN aprēķināšanas kārtībā ir sekojoša. Nodokli ir jāaprēķina tikai tādā gadījumā, ja tiek sadalīta peļņa. Peļņa var būt sadalīta izmaksājot dividendes, ja ir izdevumi, kuri nav saistīti ar saimniecisko darbību, vai, ja ir ziedojumi. Pēc 2018.gada jūlija taksācija periods ir paredzēts viens mēnesis, līdz nākama mēneša 20.datumam ir jāaprēķina maksājamo nodokli un jāiesniedz nepieciešamās atskaites. Ja uzņēmumam tekošajā mēnesī ir veikti ziedojumi SLO (Uzņēmumu ienākuma nodokļa likuma 12.pants), var izmantot nodokļu atvieglojumus, kuri tiek aprēķināti pēc iepriekšējā gada peļņas pēc nodokļu nomaksas (Formula 2.). Otrais variants: kad nodokļu atvieglojums tiek aprēķināts no uzņēmuma bruto algas fonda (Formula 3.). Vēl viens variants ir pie noteikuma, kad uzņēmums sadala peļņu un izmaksā dividendes (Formula 4.)

1) Iepriekšēja gada peļņa.

   Summa, kurai nav jāaprēķina UIN no ziedojumiem = Iepriekšēja gada peļņa pēc nodokļu nomaksas x 5%

   Starpība, ja ziedojuma summa > to ir jāapliek ar UIN likmi 20% (2)

2) Uzņēmuma bruto algas fonds.

   Summa, kurai nav jāaprēķina UIN no ziedojumiem = bruto algas fonds par iepriekšējo gadu x 2%

   Starpība, ja ziedojuma summa > to ir jāapliek ar UIN likmi 20% (3)

3) Izmaksātas dividendes.

   Atvieglojums = Nodoklis no dividendēm x 20%

   Atvieglojums 75% no ziedojuma summas, bet ne vairāk ka 20% no aprēķinātā nodokļa par dividendēm.

   Starpība, ja ziedojuma summa > to ir jāapliek ar UIN likmi 20% (4)

Pēc iegūto datu apkopojuma tiks izvirzīti secinājumi, kuros ietvaros tiks atbildēt uz iepriekš izvirzītiem jautājumiem: (1) Kā likumdošanas izmaiņas ietekmēs ziedotāju rīcību? (2) Kāda būs ziedotāju rīcības izmaiņu ietekme uz sabiedriskā labuma organizāciju darbību?

Rezultāti

Valstī tika ievests jauns UIN modelis, kurš balstās uz jauniem principiem. Šobrīd sabiedrībā ir liels uztraukums kā realitātē šīs izmaiņas darbosies, un kā ietekmēs uzņēmumu vēlmi ziedot un tās ietekmi uz SLO darbību. Līdz 2018.gada jūlijam ir pārejas periods, kura laikā uzņēmumi strādā pēc iepriekšējā likuma par uzņēmuma ienākuma nodokli.

Veicot normatīvo aktu un speciālistu viedokļu analīzi, ir iegūti sekojoši dati. Iepriekšējais uzņēmumu ienākumu nodokļa likums paredzēja UIN sistēmu, kurā pastāv plaši atbrīvojumi, kuri nav vērsti uz visām nozarēm vienmērīgi. „2017.gadā Pasaules Banka ir norādījusi, ka Latvijā ir zema likumā noteiktā UIN likme, kā arī efektīvā nodokļa likme, salīdzinot ar ES dalībvalstīm. Ņemot vērā zemo ieņēmumu bāzi, būtu jāizvērtē izmaksas un ieguvumi no nodokļu atbrīvojumu un atlaižu piemērošanas. Ir iespējams mainīt uzsvaru attiecībā uz uzņēmumu aplikšanu ar nodokļiem, kuriem, atkarībā no ražotās produkcijas veida, var piemērot atšķirīgus nodokļu atvieglojumus." (Likumprojekta "Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums" sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojums (anotācija) 2017). Taču jaunais Uzņēmumu ienākumu nodokļu likums paredz konceptuāli jaunu UIN maksāšanas režīmu. „Jaunais UIN modelis paredz UIN maksāšanas brīdi atlikt līdz brīdim, kad peļņa tiek sadalīta vai citādā veidā novirzīta tādiem izdevumiem, kuri nenodrošina uzņēmuma turpmāku attīstību." (Likumprojekta "Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums" sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojums (anotācija) 2017). Jaunais UIN modelis balstās uz jauniem principiem, arī ziedojumu atvieglojumu modelis ir modificēts, paredzot plašākas iespējas piemērot ziedojumu stimulu arī situācijās, ja uzņēmumam nenotiek klasiska peļņas sadale, bet iepriekšējā gadā veikti VSAOI maksājumi par darbinieku algām. Ir iespējams piemērot ziedojumam UIN stimulu arī, ja peļņas sadale nenotiek, bet peļņa bijusi fiksēta iepriekšējā gadā. Nodokļu reformas ietvaros tiek ieviesta jauna konceptuāla uzņēmuma ienākuma nodokļa maksāšanas kārtība. Iepriekš UIN koncepcija bija sekojoša: uzņēmums nopelna, tas ir gatavs ziedot, ziedojuma summa iet zaudējumos, taču ziedotā summa netika aplikta ar nodokļiem un papildus uzņēmums saņēma nodokļu atlaidi. Gada beigās, kad tiek izveidots gada pārskats, un uzņēmumam ir konstatēta peļņa, tiek aizpildīta uzņēmuma ienākuma deklarācija, uzņēmumam tiek piemērota atlaide uzņēmuma ienākuma nodoklim, ja ziedojumu saņēmējs ir SLO. Pašlaik UIN koncepcija ir sekojoša: UIN ir jāmaksā tikai gadījumā, kad tiek sadalīta peļņa. Izmaksas, kuras nav saistītas ar uzņēmuma saimniecisko darbību, tajā skaitā arī ziedojumi, tiek uzskaitītas atsevišķi un par tām nodoklis ir jāmaksā uzreiz, aizpildot uzņēmuma ienākuma deklarāciju, līdz nākoša mēneša 20.datumam. Ziedojumiem, kuri ir veikti SLO ,var piemērot vienu no trim atvieglojumiem.

Pēc vairākiem SLO pārstāvju izteiktajiem viedokļiem, jaunais Uzņēmumu ienākuma nodokļu likums būtiski mazinās motivāciju ziedot, apdraudot SLO iespējas turpināt sniegt palīdzību. Tika aprēķināts, ka kopumā no 97 miljoniem, kas gadā tiek saņemti ziedojumos, izmaiņu dēļ apmērs saruks aptuveni piecas reizes. Tāpat piedāvātie nodokļu atvieglojumi ne tikai samazinās motivāciju ziedot, bet arī ziedojumu veikšanas gadījumā nedos uzņēmumiem tāda apjoma nodokļu atvieglojumus, kādi tie bija agrāk, respektīvi, nodokļu atvieglojumi būs daudz mazāki nekā tie bija pērn. Taču Māris Plūme, AS "Swedbank" pārstāvis uzskata, ka nodokļu atvieglojumi nekad nav bijis ietekmējošais faktors uzņēmuma ziedošanas aktivitāšu izvēlē vai veikšanā (Briede 2017). Astra Kaļāne, Finanšu ministrijas Tiešo nodokļu departamenta direktore skaidro, ka lielākā daļa uzņēmēju ziedo sociāli atbildīgu mērķu vadīti, tāpēc UIN atvieglojumiem būtu jābūt vien sekundārai nozīmei.

Tika veikts matemātisks aprēķins nodokļu atlaidēm, kādas tika piemērotas līdz 2018.gada 1.janvārim, un ziedojumu nodokļu atvieglojumus, kādus piedāvā esošais normatīvo aktu regulējums.

Viens no respondentiem, kura gada pārskatu papētīja darba autore saņēma sekojošu rezultātus. Ir uzņēmums „X", kurš strādā tirdzniecības nozarē (NACE 4775) , ar aprēķināto peļņu par 2017. gadu 6991.00 EUR pirms nodokļiem. Uzņēmums ziedo labdarībai, jeb SLO 1000.00 EUR.

Ja nodokļu atlaide tiek aprēķināta pēc likumdošanas, kura bija spēkā līdz 1. janvārim 2018. gada, aprēķins būtu šāds:

UIN = Peļņa pirms nodokļiem x UIN likme (15%)

Atlaide ir 85% no ziedotas summas, bet ne vairāk ka 20% no aprēķināta UIN

UIN = 6991.00 EUR x 15% = 1049.00 EUR

85% no ziedotas summas ir 850.00 EUR, pēc nodokļa normām atlaide nevar būt vairāk par 20% no aprēķināta UIN

Atlaide UIN = 1049.00 EUR x 20% = 210.00 EUR

Ja respondents veic ziedojumus SLO un atvieglojumi tiek aprēķināti pēc jaunas likumdošanas, aprēķini būtu šādi:

1) Iepriekšēja gada peļņa

Summa kurai nav jāaprēķina UIN no ziedojumiem = Iepriekšēja gada peļņa pēc nodokļiem x 5%

Starpība, ja ziedojuma summa > to ir jāapliek ar UIN likmi 20%

Peļņa pēc nodokļiem = 6991.00 EUR – (6991.00 EUR x 15%) = 5942.00 EUR

Summa kurai nav jāaprēķina UIN no ziedojumiem = 5942.00 EUR x 5% = 297.00 EUR

Starpība ir 1000.00 EUR – 297.00 EUR = 703.00 EUR

UIN = 703.00 EUR x 20% = 141.00 EUR

2) Uzņēmuma bruto algas fonds

Summa kurai nav jāaprēķina UIN no ziedojumiem = bruto algas fonds par iepriekšējo gadu x 2%

Starpība, ja ziedojuma summa > to ir jāapliek ar UIN likmi 20%

Algas fonds par 2017. gadu respondentam bija 14032.00 EUR

Summa kurai nav jāaprēķina UIN no ziedojumiem = 14032.00 EUR x 2% = 281.00 EUR

Starpība ir 1000.00 EUR – 281.00 EUR = 719.00 EUR

UIN = 719.00 EUR x 20% = 144.00 EUR

3) Izmaksātas dividendes

Atvieglojums = Nodoklis no dividendēm x 20%

Atvieglojums 75% no ziedojuma summa, bet ne vairāk ka 20% no aprēķināta nodokļa par dividendēm

Starpība, ja ziedojuma summa > to ir jāapliek ar UIN likmi 20%

Uzņēmuma īpašnieks pieņem lēmumu izmaksāt dividendēs, peļņa kura bija 2017. gadā – Nesadalīta peļņa x 10% = Nodoklis dividendēm

5942.00 EUR x 10% = 594.20 EUR

Atvieglojums 20% no aprēķināta nodokļa par dividendēm = 594.20 EUR x 20% = 118.84 EUR

Starpība ir 1000.00 EUR – 118.84 EUR = 881.16 EUR

UIN = 881.16 EUR x 20% = 176.00 EUR

Intervijas ietvaros ar uzņēmuma " X" (ziedotāja) pārstāvi, tika saņemta sekojoša informācija. Minētais uzņēmums veic regulārus ziedojumus trim sabiedriskā labuma organizācijām savas produkcijas veidā, kā arī veic vienreizējus ziedojumus naudas līdzekļu veidā apmēram reizi ceturksnī. Par motivāciju ziedot kalpo gan cilvēciskais faktors- vēlme palīdzēt, gan arī uzņēmuma finansiālais stāvoklis. Min, ka uzņēmuma galvenais mērķis ir peļņas gūšana. Ja tās

nav, tad arī ziedot nav reālas iespējas, pat, ja ir liela vēlme to darīt. Nodokļu atlaidei arī ir svarīga loma ziedojumu saņēmēja izvēlē. Šobrīd ir grūti spriest par to, kā jaunais Uzņēmumu ienākuma nodoklis ietekmēs uzņēmuma darbību, jo pagaidām ir pārejas periods, kura laikā grāmatvedībā viss notiek pēc " vecā" likuma. Viennozīmīgi, ir pārliecināts, ka esošā nodokļu atlaides sistēma ir ērta - ziedo un par to saņem atlaidi UIN. Taču kā būs ar faktisko jauno nodokļu atvieglojumu piemērošanu, to varēs redzēt pēc pārejas perioda - augusta mēnesī. Lēš, ka sistēma būs sarežģītāka nekā šobrīd. Par jauno Uzņēmuma ienākumu nodokļa likumu uzņēmuma pārstāvis pauž viedokli, ka tas ievieš absolūti jaunu UIN aprēķina koncepciju, mainās taksācijas periods, tas ļoti ietekmēs grāmatvedības darbu un uz uzņēmumu kopumā. Par turpmāk piemērojamo nodokļu atvieglojuma veidu, ko piemēros uzņēmums, pārstāvis izteicās, ka, atlaidi dividendēm neizvēlēsies, jo tās netiek izmaksātas šajā uzņēmumā, bet, veicot nodokļu aprēķinu ziedojumiem pēc jaunās sistēmas, aprēķinātu pārējos variantus un izvēlētos izdevīgāko.

Intervijas ietvaros ar sabiedriskās organizācijas "X" pārstāvi, tika saņemta sekojoša informācija. Minētā organizācija nodarbojas ar atkarīgo personu resocializāciju, palīdz atbrīvoties no narkotiku un alkohola atkarības. Ziedojumus pārsvarā saņem produkcijas veidā, uz doto brīdi ziedo 12 organizācijas, taču pēdējā laikā arvien mazāk uzņēmumu piekrīt ziedot, kā arī no esošajiem ziedotājiem daudzi pārstāj ziedot (nezināmu iemeslu dēļ). Ziedotāju piesaiste notiek ar fundrising palīdzību – zvanot uzņēmumiem un aicinot ziedot, obligāti minot, ka organizācijai ir Sabiedriskā labuma statuss. Uzskata, ka tieši šis faktors pārsvarā piesaista ziedojumus organizācijai. Ir bijuši gadījumi, kad ziedo pat nejautājot ne par ko, vienkārši cilvēcisku faktoru vadīti. Taču pat nodokļu atlaide neliek uzņēmumiem ziedot kaut nedaudz, nemaz nerunājot par vēlmi palīdzēt kā tādu. Attiecībā uz izmaiņām, kas var būt pēc jaunā Uzņēmuma ienākumu nodokļu likuma, organizācijas pārstāvi minēja, ka ir zināms, ka pašlaik ir pārejas periods un nodokļu atlaide tiek aprēķināta pa vecam. Taču viens uzņēmums līgumu par ziedošanu pagarināja nevis uz gadu, bet uz pusgadu, izskaidrojot, ka 2018.gada augustā sāksies jauns periods, kad viss tiks aprēķināts pa jaunam.

Visas izmaiņas sākotnēja etapā daļa sabiedrības novērtē negatīvi. Tikai, kad pilnīgi to ievieš dzīvē ir skaidrība par to cik pozitīvas tās ir vai negatīvas. Veiktas izmaiņas normatīvajos aktos arī tām ir pilnīgi jāadoptējas sabiedrība lai pilnvērtīgi spēt tos novērtēt.

Secinājumi

Izanalizējot normatīvos aktus, zinātniskos rakstus, speciālistu viedokļus un citus svarīgus literatūras avotus; pamatojoties uz likumu, izveidojot nodokļu atvieglojumu aprēķinu formulas un pielietojot tās; noskaidrojot ziedotāju un SLO attieksmi pret jaunpieņemto likumu un noskaidrojot faktisko stāvokli ziedošanas jomā, darba autore ieguva rezultātus, kuri bija pietiekami, lai izklāstītu secinājumus ar ko arī atbildēt uz galvenajiem jautājumiem, kas tika izvirzīti pētījuma uzsākšanas brīdī.

No Uzņēmumu ienākuma nodokļu likuma anotācijas izriet, ka tas tika izveidots ar mērķi uzlabot UIN sistēmu, par piemēru ņemot kaimiņvalsts nodokļu sistēmu, norādot uz esošā likuma neefektivitāti un nepieciešamību izstrādāt jaunu likumu. Protams, no likuma anotācijas izriet, ka jaunā UIN sistēma būs efektīva un pavērs plašas ziedotāju iespējas. Līdzīgu viedokli pauda arī valsts pārvaldes pārstāve, kā arī bankas sektora pārstāvis, ka ziedojumu veikšanai nodokļu atlaides nebija galvenais motivators, un jaunpiedāvātie nodokļu atvieglojumi būs izdevīgi uzņēmumiem, kas ziedo.

Taču ir iegūti rezultāti, no kuriem izriet, ka jaunā UIN sistēma negatīvi ietekmēs ziedojumu sektoru. Tā piemēram, SLO pārstāvji pauda bažas, ka jaunais likums samazinās gan ziedojumu skaitu, gan uzņēmumu motivāciju ziedot. Lai arī šie ir tikai viedokļi, darba autore, balstoties uz jauno likumu par Uzņēmuma ienākuma nodokli, ir izveidojusi formulas, pēc kurām var aprēķināt nodokļu atvieglojumus ziedojumu veikšanas gadījumā. Tā piemēram, atlaide dividenžu nodoklim ir neizdevīga, jo ne visi uzņēmumi tās izmaksā, un pati atlaide nav tik būtiska, lai motivētu ziedot. Otrā opcija, kas paredz nodokļu atvieglojumus ir saistīta ar uzņēmuma bruto

algas fondu – ar nodokli neapliekamā ziedojumu summa nedrīkst pārsniegt 2% no uzņēmuma bruto algas fonda, taču, ja tā tiek pārsniegta, tad pārsniegtai ziedojuma summas daļai tai tiek piemērots UIN 20% apmērā. Trešā opcija ir uzņēmuma pagājušā gada peļņa pēc nodokļiem – ar nodokli neapliekamā ziedojumu summa nedrīkst pārsniegt 5% no pagājušā gada peļņas pēc nodokļiem, taču, ja tā tiek pārsniegta, tad pārsniegtajai ziedojuma summas daļai tiek piemērots UIN 20 % apmērā. Taču galvenais faktos, kas var mazināt ziedojumu SLO, ir ziedojumu summas aplikšana ar nodokli pēc piemērotā nodokļu atvieglojuma. Aplūkojot un salīdzinot iegūtās summas no formulu piemērošanas ar reāliem skaitļiem, var secināt, ka visizdevīgākais nodokļu atvieglojumu modelis, balstīts uz iepriekšējā gada peļņu.

Izveidotās intervijas ietvaros tika saņemtas atbildes, no kurām izriet, ka pašlaik, pārejas periodā, ir nesaprašanas par to, kā tiks aprēķināts UIN vispār, un īpaši ziedojumu veikšanas gadījumos.

Viennozīmīgi var secināt, ka jaunā nodokļu atvieglojumu sistēma, ziedojot SLO ir sarežģīta un neizdevīga. Mainoties likumdošanai, arī mainīsies uzņēmuma darbība un peļņa, un jo it īpaši ziedošanas veikšana – ziedojuma summas starpība tika aplikta ar UIN, kā arī finanšu atskaites peļņas sadales gadījumā, tajā skaitā arī veicot ziedojumus, mainīsies taksācijas periods - atskaites būs jāiesniedz līdz nākamā mēneša 20.datumam. tas neapšaubāmi sarežģīs visu ziedojumu veikšanas procedūru, samazinās motivāciju ziedot, neskatoties uz to, ka var tikt piemērots nodokļu atvieglojums.

Tādējādi, mainoties likumdošanai, mainās arī finanšu atskaišu iesniegšanas kārtība, uzņēmuma ir jāpielāgojas jaunai UIN sistēmai, taču ziedojumu veikšanas gadījumā ir jāveic papildus atskaites un aprēķini, kas sarežģī uzņēmuma iekšējo darbību. Ja ziedojumu veikšanas rezultātā, uzņēmumam rodas papildus pienākumi (sniegt ikmēneša atskaites un veikt sarežģītus aprēķinus), tad, visticamāk, ka zudīs arī motivācija ziedot SLO. Ja cilvēciskais faktors – vēlme palīdzēt- nebija noteicošais, pat saņemot 85% atlaidi UIN, tad piemērojot jauno UIN sistēmu, ziedojumu skaits kļūs mazāks. SLO darbība šo faktoru ietekmē var acīmredzami un būtiski pasliktināties, ņemot vērā, ka galvenais SLO finanšu avots ir uzņēmumi.

Bibliogrāfiskais saraksts

Briede, M. (2017). Bažījas par plānu mazināt nodokļu atlaidi uzņēmumiem ziedotājiem. [skatīts 20.03.2018.]. Pieejams: http://m.la.lv/vai-saruks-ziedojumi/

Eiropas parlaments (2006). Eiropas parlamenta rezolūcijas priekšlikums. [skatīts 20.03.2018]. Pieejams: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2006-0471+0+DOC+XML+V0//LV

Eiropas parlaments (2010). Eiropas Parlamenta 2010. gada 25. novembra rezolūcija par uzņēmumu sociālo atbildību starptautiskos tirdzniecības nolīgumos. [skatīts 24.03.2018]. Pieejams: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2010-0446+0+DOC+XML+V0//LV

Griffin, A. (1972). *New strategies for reputation management/ Reputācijas vadības stratēģijas: situāciju, krīžu un korporatīvās sociālās atbildības vadīšana.* [no angļu valodas tulkojusi Digna Raciborska]. Rīga: Lietišķās informācijas dienests (2008).

Kaļāne, A. (2017). Nodokļu reforma nodrošinās atvieglojumus ziedojumiem. [skatīts 20.03.2018.]. Pieejams: http://www.lvportals.lv/visi/viedokli/291477-nodoklu-reforma-nodrosinas-atvieglojumus-ziedojumiem/

Kinca, A. (2017). NVO: Plāns samazināt nodokļu atlaides par ziedojumiem ir katastrofa. [skatīts 20.03.2018.]. Pieejams: https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/nvo-plans-pieckart-samazinat-atlaides-par-ziedojumiem-ir-katastrofa.a243245/

Klūga, M. (2017). FM gatava daļēji piekāpties strīdā par peļņas nodokļa atlaidēm ziedojumiem [skatīts 20.03.2018.]. Pieejams: https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/fm-gatava-daleji-piekapties-strida-par-ienakuma-nodokla-atlaidem-ziedojumiem.a243819/

Likumprojekta "Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums" sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojums

(anotācija) (2017). [skatīts 20.03.2018.]. Pieejams: http://titania.saeima.lv/LIVS12/SaeimaLIVS12.nsf/webSasaiste?OpenView&restricttocategory=981/Lp12

Pētersons, A., Pavāre, L. (2005). Korporatīvā sociālā atbildība : jauns veids, kā pelnīt vairāk. Rīga : Biznesa augstskola Turība.

Par uzņēmumu ienākuma nodokli (zaudēja spēku 01.01.2018.). Latvijas Vēstnesis, (32), 01.03.1995. [skatīts 20.03.2018.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=34094

Sabiedriskā labuma organizāciju likums (spēkā esošā redakcija). Latvijas Vēstnesis, (106), 01.10.2004. [skatīts 20.03.2018.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=90822

Šimanska, I. (2012). *Eiropas sniegtais ietvar*s. Korporatīvā sociālā atbildība. [skatīts 20.03.2018]. Pieejams: http://nvo.lv/site/attachments/18/01/2012/KSA.pdf

Šnucins, I. (2017). Jaunais UIN regulējums – motivācija izaugsmei. [skatīts 20.03.2018.]. Pieejams: http://www.fm.gov.lv/lv/aktualitates/jaunumi/fm_ekspertu_viedokli/57003-jaunais-uin-regulejums-motivacija-izaugsmei

Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums (spēkā esošā redakcija). Latvijas Vēstnesis, (156), 01.01.2018. [skatīts 20.03.2018.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=292700

Ziediņa, L. (2016). Privātuzņēmējs un korporatīvā sociālā atbildība. *Latvijas Vēstnesis,* 10.03.2006. [skatīts 24.03.2018]. Pieejams: http://news.lv/Latvijas_Vestnesis/2006/03/10/privatuznemejs-un-korporativa-sociala-atbildiba

Sanda Auziņa. LATVIJAS PĀRTIKAS RAŽOTĀJU ĀRĒJĀS TIRDZNIECĪBAS NOVĒRTĒJUMS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība", sanda.auzina@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec., viesdocētājs Kaspars Šteinbergs

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Latvijas pārtikas ražotāji arvien biežāk izrāda interesi par iespēju attīstīties un veicināt to starptautisko konkurētspēju. Jebkura veida ārējo tirgu apgūšana prasa sagatavošanās procesu, izpētes darbu un strukturētu plānu, lai sasniegtu iecerēto rezultātu. Veiksmīga starptautiskās konkurētspējas veicināšana daudziem Latvijas pārtikas uzņēmumiem ir vienīgā iespēja kā paaugstināt uzņēmuma vērtību. Šis jautājums ir aktuāls ne tikai Latvijas uzņēmumiem, bet visas pasaules pārtikas ražotājiem, tikai retais uzņēmums savu produkciju realizē vietējā tirgū un neizskata iespējas paplašināties. Jāpiemin, ka pēckrīzes ekonomiskajā telpā ir sarežģīti veidot un attīstīt pārtikas ražošanas uzņēmumu, kura fokusa tirgus ir tikai vietējais tirgus, tas ne tikai ierobežo uzņēmuma attīstības potenciālu, bet nosaka ļoti konkrētas maksimālās robežas uzņēmuma ražošanā un peļņas rādītājos. Latvijas pārtikas uzņēmumiem ir būtiski koncentrēt savu darbību uz produktiem, kuriem ir augsta pievienotā vērtība, paaugstināta kvalitāte salīdzinājumā ar produktiem, kas jau ir tirgū. Jāliek uzsvars uz jauninājumiem un inovācijām, ne tikai pielāgojoties klientu vēlmēm, bet arī radot jaunu piedāvājumu, kas vērsts uz ārējiem tirgiem. Neizprotot notiekošās pārmaiņas nozarē, Latvijas pārtikas apstrādes uzņēmumu konkurētspēja samazināsies, kas rezultātā var sekmēt ne tikai nozares sašaurināšanos, bet pat atsevišķu apakšnozaru izzušanu.

Pētījuma mērķis: Autores pētījuma mērķis ir izanalizēt Latvijas pārtikas ražotāju starptautiskās konkurētspējas paaugstināšanas priekšnosacījumus tās veicināšanai. Pētījuma objekts ir Latvijas pārtikas uzņēmumi, savukārt pētījuma priekšmets ir starptautiskās konkurētspējas paaugstināšanas priekšnosacījumi. Autores rīcībā nav informācijas par līdzīgiem pētījumiem Latvijā, līdz ar to pētījuma nozīme ir vērtējama gan informatīvi, gan praktiski.

Pētījuma metodes: literatūras un dokumentu analīze, ekspertu intervijas, Latvijas pārtikas ražotāju aptauja, statistikas analīze.

Pētījuma rezultāti. Tika atspoguļota esošā situācija Latvijas pārtikas nozarē un tika definēti priekšnosacījumi Latvijas pārtikas ražotāju starptautiskās konkurētspējas veicināšanai.

Atslēgas vārdi: starptautiskā konkurētspēja, ārējais tirgus, pārtikas uzņēmumi, veicināšana, ražotāji.

Ievads

Uzņēmumu konkurētspējas novērtēšana ir ekonomiski nozīmīga vairāku iemeslu dēļ. Pirmkārt, uzņēmumu konkurētspējas novērtējums ļauj identificēt ekonomikas stiprās un vājās puses, otrkārt, tas ļauj prognozēt uzņēmumu spēju izdzīvot konkurences spiediena rezultātā, treškārt, tas palīdz noteikt apstākļus, kādi ir nepieciešami, efektīvu stimulu radīšanai tirgus dalībniekiem (Malakauskaite, Navickas 2011).

Uzņēmumu konkurētspējas paaugstināšanas virzienus saistot ar darbības pamata stratēģijām vietējā tirgū, kā arī ieteicamajiem ieejas veidiem ārējos tirgos palīdzēs uzņēmuma vadītājiem pieņemt pamatotus lēmumus un samazinās iespējamos riskus vai zaudējumus.

Autores pētījuma mērķis ir sniegt Latvijas pārtikas ražotājiem priekšnosacījumus ārējo tirgu apgūšanai, lai veicinātu uzņēmumu starptautisko konkurētspēju un turpmāko attīstību. Autore savā pētījumā ir atspoguļojusi esošo situāciju starptautiskajos tirgos starp dažādām pārtikas nozarēm, kā arī izpētījusi patreiz aktuālāko pārtikas produktu grupu sadalījumu ārējos tirgos.

Lai sasniegtu pētījuma mērķi ir izvirzīti sekojoši uzdevumi:

1. Izpētīt literatūru par uzņēmumu starptautiskās konkurētspējas ietekmējošajiem faktoriem;
2. Veikt Latvijas pārtikas ražotāju darbības rādītāju analīzi;
3. Izstrādāt pētījuma instrumentu intervijas veikšanai par Latvijas pārtikas ražotāju konkurētspējas paaugstināšanas priekšnosacījumiem.

Lai izpildītu izvirzītos uzdevumus autore veica literatūras un dokumentu analīzi, kas kopumā atspoguļoja teorētisko bāzi, izpētīja statistiku par esošo situāciju starp pārtikas uzņēmumiem un to pārstāvētajām nozarēm ārējos tirgos.

Pētījuma rezultāti sniedza ieskatu par esošo situāciju pārtikas ražotāju vidū, kas atspoguļoja esošās uzņēmumu iestrādes konkurētspējas veicināšanā un deva iespēju izstrādāt konkurētspējas veicināšanas priekšnosacījumus turpmākajai tās attīstībai.

Ārējās tirdzniecības raksturojums

Latvijas kopējam eksporta apjomam ir tendence palielināties, taču ceļš uz to nebūt nav tik viegls, lai attīstītu stabilu ārējo tirdzniecību nepieciešams izpētīt kādas ir vietējās produkcijas priekšrocības salīdzinājumā ar plānotā ārējā tirgus produkciju.

Uzņēmuma eksporta rādītāji ir atkarīgi no vides, kurā uzņēmums darbojas. Konceptuāli ir jāveic analīze starp eksporta sniegumu un stratēģisko orientāciju citā ārējā tirgus vidē. Eksportēšana ir dinamisks process, jo uzņēmuma konteksts pastāvīgi mainās visos eksporta tirgos. Eksporta stratēģijas izpēte parasti ir sākuma punkts uzņēmuma un tās vides attiecību analīzei. Eksporta rādītāji var būt rādītājs uzņēmumu starptautiskajai konkurētspējai un eksporta panākumi veicina starptautisko tirgu izaugsmi. Attiecīgi ekonomikas lejupslīde var būtiski ietekmēt starptautiskās konkurētspējas turpmāko attīstību (Onadi, Pecze 2014).

Par vienu no ārējo tirgu apgūšanas pamatveidiem var uzskatīt eksportu. Uzņēmumam, kas vēlas eksportēt jārēķinās, ka izmaksām jābūt tādām, lai ārējā tirgū varētu noturēt konkurētspējīgu cenu, jo tikai atsevišķos tirgos, kā tika aprakstīts iepriekšējās apakšnodaļās, patērētājs ir ar mieru maksāt papildus par produktiem, to pielāgošanu, inovācijām.

Pie lēmuma eksportēt uzņēmums var nonākt brīdī, kad vietējais tirgus jau ir apgūts un uzņēmumam parādās brīva ražošanas jauda, taču ir iespējami arī daudzi citi iemesli šādam lēmumam – uzņēmums var būt dibināts ar mērķi eksportēt lielāko daļu produkcijas; iespējams, ka uzņēmumam ir izredzes gūt lielāku peļņu citā tirgū vai eksports ir nepieciešams, lai samazinātu atkarību no vietējā tirgus un tā svārstībām.

Valstīm, kurām ārējo tirgu apgūšana ir attīstījusies tikai pēdējos gados, bieži nākas saskarties ar pieredzes trūkumu, kas uzskatāms par vienu no faktoriem, kas var kavēt konkrētā produkta virzību ārējos tirgos. Lai attīstītu eksportu ir nepieciešama rūpīga tirgus analīze, politiskā stabilitāte mērķa tirgus valstī, pārdomāts transportēšanas risinājums, mārketinga pasākumu novērtējums un uzņēmuma darbības efektivitātes nodrošināšana (Volkova 2010).

Metodoloģija

Pētījums galvenokārt ir balstīts uz pārtikas nozares statistiku, kas veidota balstoties uz pēdējo 3 gadu apkopotajiem datiem par ārējo tirdzniecību, izplatītākajām teritorijām ārējos tirgos un patreiz konkurētspējīgākajām preču grupām.

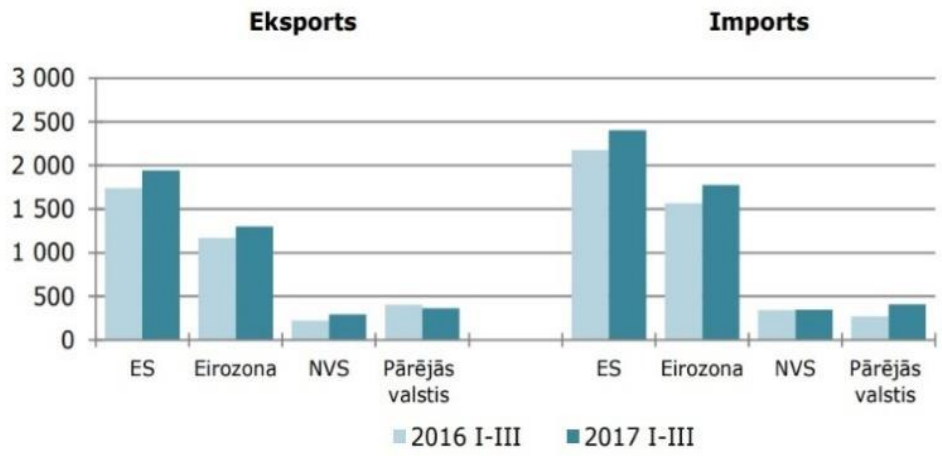
Tika pētīta arī Latvijas pozīcija kopējā eksporta pieaugumā Eiropas Savienībā salīdzinot 2015. un 2016.gadu, lai izprastu kopējo pozīciju ES līmenī. Salīdzinot dažādas preču grupas, kas tikušas eksportētas var apkopot rezultātus par patreiz pieprasītākajām preču grupām ārējos tirgos un analizēt to pieaugumu vai kritumu pa gadiem.

Rezultāti

Latvijas pārtikas ražotāji vēlas attīstīt ārējos tirgus gan Eiropas Savienības zonā, gan ārpus tās. Šobrīd Eiropas Savienības zona ir īpaši izdevīga, jo politiskā situācija ir labvēlīga savstarpējai sadarbībai, kā arī transportēšanas izmaksas, ņemot vērā, attālumu ir ievērojami mazākas kā transportējot ārpus Eiropas savienības teritorijas.

"Swedbank" ekonomiste Agnese Buceniece skaidro, ka eksporta sniegums, vismaz Latvijā ražotām precēm, būs atkarīgs no tā, cik ļoti ražotājiem izdosies palielināt jaudas, kā arī risināt kvalificēta darbaspēka trūkumu. Labāk klāsies tiem, kas veiksmīgāk tiks galā ar šiem izaicinājumiem – bez investīcijām un ražīguma audzēšanas neiztikt. Šajā gadā kopumā gaidāms, ka eksporta kāpums tomēr būs lēnāks nekā pērn (Buceniece 2018).

Ekonomistes minētais iepriekšējā gada kāpums bija visai ievērojams, to atspoguļo arī centrālās statistikas pārvaldes dati par Latvijas ārējo tirdzniecību.

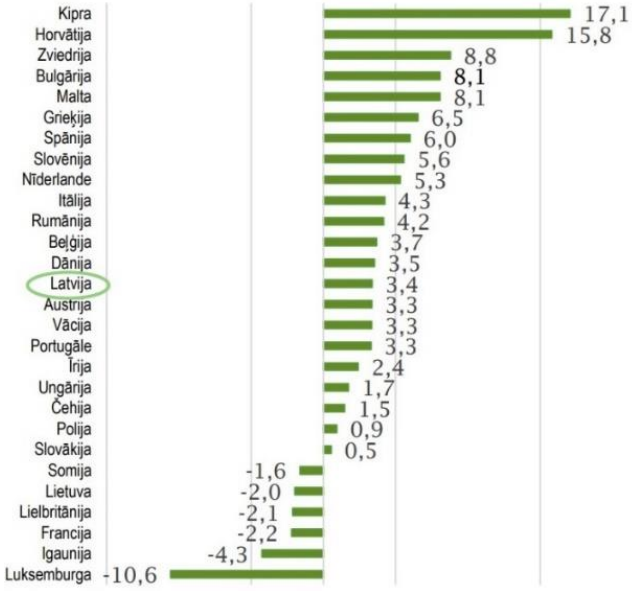


1.att.Latvijas ārējā tirdzniecība pa valstu grupām, milj. eiro (Avots: Centrālās statistikas pārvalde (2017))

Centrālās statistikas pārvaldes operatīvie dati liecina, ka Latvijas kopējais preču ārējās tirdzniecības apjoms faktiskajās cenās 2017. gada janvārī - martā sasniedza 5 760,2 milj. eiro – par 609,2 milj. eiro jeb 11,8 % vairāk salīdzinājumā ar 2016. gada janvāri - martu. Tai skaitā eksporta apjoms palielinājās par 239,1 milj. eiro jeb 10,1 % (Centrālās statiskikas pārvalde 2017).

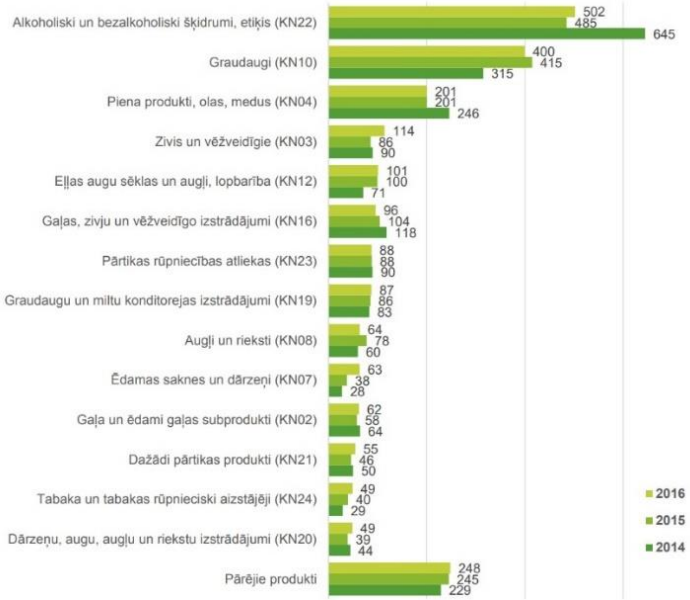
Izmaksu vadības stratēģija ir viens no veidiem kā apgūt ārējos tirgus. Šo stratēģiju izmanto, gadījumā kad ir iespēja samazināt ražošanas izmaksas uz vienu vienību, tā apgūstot lielāku tirgus daļu. Šī stratēģija ir iespējama tikai pie noacījuma, ja ražošanas izmaksu samazinājums ir gana liels, lai tirgū esošā cena būtu ekonomiski visizdevīgā patērētājam (Rizea 2015).

Lai veiksmīgāk atspoguļotu starptautisku salīdzinājumu starp Eiropas savienības valstīm autore izmanto Zemkopības ministrijas un Tirgus un tiešā atbalsta departamenta 2017.gadā sagatavoto pārskatu par 2016.gada pārtikas, lauksaimniecības un zivsaimniecības produktu ārējo tirdzniecību. Saskaņā ar Eurostat datiem, 2016. gadā pārtikas, lauksaimniecības un zivsaimniecības produkti bija nozīmīgākā nozare kopējā Latvijas eksportā. (2.att.) ir atspoguļota Latvijas pozīcija kopējā eksporta pieaugumā Eiropas Savienībā salīdzinot 2015. un 2016.gadu.



2.att. Eksporta pieaugums Eiropas savienības valstīs 2016.g., salīdzinot ar 2015.g., % (Avots: Zemkopības ministrija, Tirgus un tiešā atbalsta departaments, 2017)

Latvijas preču eksporta pieaugums ir vērtējams pozitīvi, bet vēl ir liela perspektīva, kur attīstīties. Latvijai šobrīd ir 3,4% pieaugums kopējā eksporta apjomā, rādītājs kopējā Eiropas Savienības bilancē vērtējams kā vidējs, jo šādu procentu pieaugums vērojams arī Vācijā un Dānijā. Lai atspoguļotu, kuri produkti ir visvairāk eksportētie autore izmantoja eurostat datus un atspoguļoja tos (3.attēlā).



3.att. Latvijas pārtikas un lauksaimniecības produktu eksports, milj. EUR 2014., 2015., 2016.g. (Avots: Eurostat, 2017)

Aplūkojot 4.attēlu var redzēt visizplatītākās pārtikas preču grupas, kuras tiek eksportētas un to savstarpējo attiecību trīs gadu periodā. Var novērot, ka rādītāji nav stabili un tas lielākoties ir saistīts ar ārējiem tirgiem, kuri produktu izvēlas tikai vienu reizi un pēc tam neveic atkārtotus

pasūtījums. Tas norāda uz nepieciešamību sagatavoties ārējo tirgu apgūšanai, veicot analīzi par jau esošo situāciju un izstrādājot ārējo tirgu apgūšanas stratēģiju, lai nodrošinātu ilgtermiņa darbību un izvairītos no nestabiliem rādītājiem, kas būtiski atspoguļojas uzņēmuma peļņas rādītājos.

Smagas, bet pēc apjoma nelielas kravas nav izdevīgi transportēt, it īpaši, ja produktam ir īss realizācijas laiks. Šādā gadījumā izdevīgāk būtu atvērt filiāli, kas ir mērķa valstī vai tuvu tai, lai nodrošinātu maksimāli rentablu loģistiku (Volkova et.al. 2010).

Šajā teritorijā ir arī daudz ērtāk attīstīt cita veida ārējo tirgu apgūšanas stratēģiju, kā, piemēram, franšīzi. Neraugoties uz to arī citi ārējie tirgu Latvijas pārtikas ražotājiem ir vilinoši un var secināt, ka tikai dažos gadījumos ir novērojami būtiski šķēršļi, visos citos gadījumos ir tikai jāpiemēro precīzi izstrādāta stratēģija, kas ir piemērota konkrētajam mērķa tirgum. Autore (4.att.) atspoguļo desmit nozīmīgākās pārtikas eksporta valstis Eiropas savienības zonā.

4.att. Desmit nozīmīgākās pārtikas un lauksaimniecības produktu eksporta valstis ES valstu starpā, milj. EUR (Avots: Zemkopības ministrija, Tirgus un tiešā atbalsta departaments, 2017).

Latvija veic pārtikas un lauksaimniecības produktu eksportu uz visām 27 ES valstīm, starp kurām nozīmīgākā eksporta galamērķa valsts ir Lietuva – 25,8% no kopējās eksporta vērtības uz ES valstīm. Otra nozīmīgākā eksporta valsts ir Igaunija, kas veido 17% no kopējās eksporta vērtības uz ES valstīm. Visvairāk eksports 2016. gadā, starp 10 nozīmīgākajām ES valstīm, ir pieaudzis uz Apvienoto Karalisti – par 89% un uz Vāciju – par 60,1%, savukārt eksporta samazinājums 2016. gadā vērojams uz Spāniju (-29,8%) un Poliju (-7,4%) (Avots: Zemkopības ministrija, Tirgus un tiešā atbalsta departaments, 2017).

Eksporta rādītāji var būt rādītājs uzņēmumu starptautiskajai konkurētspējai un eksporta panākumi veicina starptautisko tirgu izaugsmi. Attiecīgi ekonomikas lejupslīde var būtiski ietekmēt starptautiskās konkurētspējas turpmāko attīstību (Onadi, Pecze 2014).

Rezultāti atspoguļo pašreizējo situāciju un rosina izstrādāt ārējo tirgu konkurētspēju veicinošus priekšnosacījumus, lai veicinātu pārtikas produktu ārējo tirgu apgūšanu.

Secinājumi

Pārtikas ražošanas uzņēmumu pārstāvji lielākoties atzīst, ka ārējo tirgu apgūšana ir veidota sadrumstaloti un neizvērtējot pakāpenisku, bet dinamisku apgūšanas stratēģiju, kas ietvertu sākotnēju ārējo tirgu apgūšanu, kas ir balstīta uz maksimāli samazinātām izmaksām, kā

piemēram, sākot ārējo tirgu apgūšanu ar tuvākajām teritorijām, kas būtiski samazina transporta izmaksas un neprasa tik plašu ārējā tirgus analīzi, jo daudzas tuvējās ārējo tirgu teritorijas ir tuvas vai pat paralēlas arī kultūras un mentalitātes rādītājos, kas ļauj saglabāt esošās produkta īpašības un neprasa izmantot augsta līmeņa pielāgošanās stratēģiju. Kā vienas no izplatītākajām pārtikas preču grupām ārējos tirgos ir piena produkti, zivis, gaļa, augļi un graudaugi. Šo grupu attīstība ir potenciāli visiespējamākā, jo tur jau uzņēmumiem iestrādes.

Bibliogrāfiskais saraksts

Buceniece, A. (2018). Pagājušais gads - izcili veiksmīgs ražotājiem un eksportētājiem, vērtē eksperte. [skatīts 29.03.2018]. Pieejams: http://www.delfi.lv/bizness/ekonomika_skaitlos/pagajusais-gads-izcili-veiksmigs-razotajiem-un-eksportetajiem-verte-eksperte.d?id=49626415

Centrālās statistikas pārvalde (2017). Latvijas ārējā tirdzniecība. Svarīgākās preces un partneri. 2017. gada janvārī – martā. [skatīts 07.04.2018.]. Pieejams: http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/publikacijas/2017/nr_26_areja_tirdznieciba_preces-partneri_2017_i-iii_17_01q_lv_0.pdf

Eurostat. Preču starptautiskā tirdzniecība. [skatīts 08.04.2018.]. Pieejams: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International_trade_in_goods/lv

Malakauskaite A., Navickas V. (2011). Contribution of Clusters to the Competitiveness of Companies: Revelation and Evaluation, Engineering Economics.

Onodi, A. K., & Pecze, K. (2014). Behind the Exporters' Success: Analysis of Successful Hungarian Exporter Companies From a Strategic Perspective. Managing Global Transitions, 12(4), 325.

Pelēce, D. (2018). Eksports ir apņēmības pilns turpināt 2017. gadā labi iesākto. [skatīts 27.03.2018.]. Pieejams: https://www.makroekonomika.lv/eksports-ir-apnemibas-pilns-turpinat-2017-gada-labi-iesakto

Rizea, R. D. (2015). Growth Strategies of Multinational Companies. Petroleum-Gas University of Ploiesti Bulletin, Technical Series, 67(1).

Volkova T. (2010). Bizness pāri robežām. Rīga: LU akadēmiskais apgāds.

Zemkopības ministrija, Tirgus un tiešā atbalsta departaments (2017). Pārtikas, lauksaimniecības un zivsaimniecības produktu ārējā tirdzniecība. [skatīts 08.04.2018.]. Pieejams: https://www.zm.gov.lv/public/ck/files/Parskats%20par%20LV%20arejo%20tidzniecibu%202016.pdf

Kristīne Kazerovska. LATVIJAS ĶĪMISKO MAISĪJUMU UN KOSMĒTIKAS LĪDZEKĻU RAŽOTĀJU ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS E-KOMERCIJĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība", kristine.kazerovska@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Mg.sc.soc., lektors Edgars Čerkovskis

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: "Eiropas 2020, Stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un integrējošai izaugsmei" satur vairākas pamatinciatīvas un viena no tām ir "Digitālā programma Eiropai", kuras mērķis ir veicināt ātrgaitas interneta pakalpojumu ieviešanu un izmantot vienotā digitālā tirgus priekšrocības, ko tas sniedz patērētajiem un komersantiem, jo ātrgaitas interneta trūkums ietekmē arī preču un pakalpojumu izplatīšanu tiešsaistē. Latvijas ķīmisko vielu, maisījumu un kosmētikas līdzekļu ražotāji savu produkciju piedāvā gan Latvijas tirgum, gan ārpus tā.

Pētījuma mērķis: izskatīt komersantu mājas lapas un izanalizēt tajās ietverto informāciju par ķīmiskajiem maisījumiem un kosmētikas līdzekļiem, piedāvājumam dažādās valodās un iespējām tos iegādāties, izmantojot komersanta mājas lapu.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā var secināt, ka komersanti pilnībā neizmanto iespējas, ko piedāvā digitālā tirgus priekšrocības.

Atslēgas vārdi: e-komercija; ķīmiskās vielas; kosmētikas līdzekļi; Latvija.

Ievads

Pasaulē un Eiropā notiek nepārtraukta attīstība, izmantojot jauninājumus informāciju un komunikāciju tehnoloģiju jomā. Eiropas komisijas ziņojumā "Eiropas 2020, Stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un integrējošai izaugsmei" ir noteiktas septiņas pamatiniciatīvas, kas attiecās gan uz Eiropas Savienību (turpmāk – ES), gan dalībvalstīm. Pamatiniciatīvas "Digitālā programma Eiropai" mērķis ir veicināt ātrgaitas interneta pakalpojumu ieviešanu un izmantot vienotā digitālā tirgus priekšrocības, ko tas sniedz patērētajiem mājsaimniecībās un komersantiem, jo ātrgaitas interneta trūkums ietekmē gan zināšanu, gan preču un pakalpojumu izplatīšanu tiešsaistē (Eiropas Komisija 2010). Latvija kā ES dalībvalsts arī savā ilgtspējīgas attīstības stratēģijā līdz 2030. gadam ir ietvērusi interneta pieejamības jautājumu attīstību, kas svarīgi ne tikai pakalpojumu saņemšanā, bet arī integrējās transporta, izglītības un valsts pārvaldes pakalpojumu jomās (Latvijas Republikas Saeima, 2010). Lai paveiktu vienu no ārējo attiecību uzdevumiem - nodrošināt valsts ekonomisko klātbūtni Āzijas, Āfrikas un Latīņamerikas tirgos, liela loma ir interneta pieejamībai, lai veicinātu gan eksporta iespējas, gan arī tirdzniecības iespējas ES un Latvijas teritorijā. Tomēr jāņem vērā, ka ES ķīmijas rūpniecībā dominē mazie un vidējie uzņēmumi, kas kopskaitā ir 96 % (CEFIC 2017), līdz ar to šiem komersantiem ir ierobežoti resursi, piemēram, gan attiecība uz normatīvo aktu prasību izpildi, kas ķīmisko vielu un maisījumu jomā ir smagnēja, gan arī pieejai jaunām zināšanām un iespējām, t.sk. e-komercijā. Pētījuma mērķis ir apkopot un izanalizēt informāciju, lai secinātu vai Latvijā komersanti izmanto e-komercijas iespējas savas produkcijas piedāvāšanai Latvijas un citu valstu tirgū. Iegūtie rezultāti var turpmāk būt par pamatu turpmākām attīstības tendencēm, kā arī pētījuma rezultāti sniegs pārskatu vai nepieciešamas papildus darbības e-komercijas attīstībai.

Literatūras apskats

Kā viena no nozīmīgākajam Latvijas nozarēm ir ķīmiskā ražošana, kas ir ceturtā lielākā nozare un tajā 2017. gadā bija nodarbināti aptuveni 4600 darbinieku (Dūrēja-Dombrovska, 2018). Ķīmiskā ražošana ietver dažādas jomas, sākot jau no farmaceitiskiem preparātiem, ķīmiskam vielām un maisījumiem (piemēram, mazgāšanas līdzekļiem, biocīdiem, gaistošo organisko

savienojumu saturošiem produktiem, kas ir krāsas, lakas, līmes, autotransportu galīgas apdares līdzekļi), kā arī kosmētikas līdzekļus. Kā norāda Latvijas Ķīmijas un farmācijas uzņēmēju asociācija, pašlaik nozīmīgu vietu ķīmisko vielu rūpniecības nozarē ieņem farmaceitisko līdzekļu, krāsu, laku, kosmētikas, kā arī gumijas un plastmasas izstrādājumu ražošana un vadošie eksporta produkti ir farmaceitiskie izstrādājumi, kas veido 37 % no nozares kopējā eksporta apjoma, kam seko plastmasas izstrādājumi (17 %) un stikla šķiedra (8 %) (Latvijas Ķīmijas un farmācijas uzņēmēju asociācija, 2018). Jāatzīmē, ka ES ir pasaulē lielākais reģions ķīmisko vielu eksporta jomā, un vislielāko apjomu ķīmisko vielu pārdošanā nodrošina Vācija un Francija (the European Chemical Industry Council, 2017). E-komercijas instrumentu apzināta un lietderīga izmantošana paver plašākas iespējas saražotās produkcijas pārdošanai dažādu valstu tirgos. Vairums mazo un vidējo uzņēmumu, izmantojot jaunākās tehnoloģijas var iegūt papildus iespējas produktivitātes celšanai, saziņas efektivitātes uzlabošanai ar klientiem un piegādātājiem, tēla atpazīstamībai un tirdzniecībai internetā (Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra, 2018).

Metodoloģija

Lai izvērtētu vai komersanti Latvijā izmanto e-komercijas iespējas produkcijas tirdzniecībā, pētījuma ietvaros autore 2018. gada janvārī izskatīja to komersantu mājas lapas, kuri nodarbojas ar ķīmisko maisījumu (piemēram, krāsu, laku un līdzīgu pārklājumu) un kosmētikas līdzekļu ražošanu un tirdzniecību. Pētījumam tika izvēlēti tie komersanti, par kuriem ir pieejama informācija masu medijos (Dūrēja-Dombrovska 2018, Liepiņa 2017), attiecīgi arī patērētājiem šie komersanti ir zināmi. Lai izvērtētu iespējas patērētajam nopirkt konkrētu produkciju, izmantojot tikai Interneta pakalpojumus, apkopota informācija komersanta mājas lapā, ņemot vērā valodu kādā tā sniegta (attiecīgi cik plašai patērētāju grupai), aprakstu par produkta īpašībām un vai ir izveidots e-veikals, ar kura palīdzību tiešsaistē var iegādāties preci. Pētījuma ietvaros tika sagatavota arī aptaujas anketa, kuras mērķis bija iegūt komersantu viedokli par savas produkcijas informācijas izvietošanu mājas lapā un e-veikalu, un sniegtās atbildes apkopotas.

Rezultāti

Pētījuma laikā kopskaitā izskatītas desmit ķīmisko maisījumu un kosmētikas līdzekļu ražotāju mājas lapas, un informācijas apkopojums pieejams 1. tabulā (sk. zemāk).

Tabula 1. Kosmētikas un ķīmisko maisījumu ražotāju mājas lapās sniegtās informācijas apkopojums (Avots: autora informācijas apkopojums)

Komersanta nosaukums	Mājas lapas saite	Mājas lapā ietvertās valodas	Produkcijas apraksts	E-veikals
SIA "Rīgas laku un krāsu rūpnīca"	https://www.rilak.lv	Latviešu, angļu, krievu, lietuviešu, igauņu	Pieejams	Nav, bet ir norāde uz tirdzniecības vietām
SIA "Olaines ķīmiskā rūpnīca "BIOLARS""	http://www.biolars.lv/	Latviešu, angļu, krievu	Pieejams	Nav
SIA "Sakret"	www.sakret.lv	Latviešu, angļu, krievu, lietuviešu	Pieejams	Nav
SIA "Tenachem"	http://tenaglass.lv/	Latviešu, angļu, krievu	Pieejams	Nav
SIA "Stenders"	https://www.stenders-cosmetics.com/	Latviešu, angļu, krievu, vācu, baltkrievu, igauņu, franču, ungāru,	Pieejams	Pieejams

Komersanta nosaukums	Mājas lapas saite	Mājas lapā ietvertās valodas	Produkcijas apraksts	E-veikals
		japāņu, kazahu		
AS "MADARA cosmetics"	https://www.madaracosmetics.lv/	Latviešu, krievu	Pieejams	Pieejams
AS "Dzintars"	https://dzintars.com/	Latviešu, angļu, krievu	Pieejams	Pieejams
AS "Spodrība"	http://spodriba.lv/	Latviešu, angļu, krievu	Pieejams	Nav
SIA "Jūsma"	http://www.jusma.lv	Latviešu, krievu	Pieejams	Nav
SIA "Kvadro"	http://www.kvadro.lv	Latviešu, angļu, krievu	Pieejams	Nav

Kopumā var secināt, ka visiem komersantiem, kurus bija ieplānots izvērtēt pētījuma laikā, ir izveidotas mājas lapas, kuras ietver produkcijas aprakstus. Visiem komersantiem bija pieejamas mājas lapas latviešu valodā, tāpat konstatēts, ka ir mājas lapas tikai latviešu un krievu valodā, kas varētu norādīt uz mājas lapas mērķauditoriju Latvijā, tomēr lielākā daļā mājas lapas ir pieejamas arī angļu valodā. Īpaši jāatzīmē SIA "Stenders", kura mājas lapā, salīdzinoši ar pārējiem komersantiem, ir skaitliski lielāks valodu klāsts. No desmit komersantu mājas lapām tikai trīs, t.i. 30 %, mājas lapās ir iespējams izmantot e-veikala pakalpojumu, kas noteiktai patērētāju grupai ir ērtākais veids preču iegādē. Divās mājas lapās tiek norādīts, kurā tirdzniecības vietā preci var iegādāties. Autore uzskata, ka e-veikala trūkums mājas lapā, vismaz Latvijas tirgum, ir neizmantota iespēja attiecībā uz to patērētāju loku, kas labprātāk pērk preces tiešsaistē. SIA "Tenachem" gadījumā, iespējams, ka e-veikala izveide nav tik būtisks rīks, jo ražotā produkcija ir paredzēta profesionālajiem lietotājiem, tomēr padziļinātāka analīzē būtu jāizvērtē vai sadarbībā ar klientiem pasūtījumus būtu tomēr ērtāk veikt izmantojot e-veikala pieeju.

Komersantiem, kas minēti 1. tabulā, tika nosūtīta anketa ar jautājumiem par savas produkcijas informācijas izvietošanu mājas lapā un e-veikalu un kopskaitā 60 % komersantu pārstāvji sniedza viedokli. Iegūtās atbildes tika apkopotas un analizētas kopumā, atsevišķi neizdalot katra komersanta viedokli. Visos gadījumos respondenti atbildējuši apstiprinoši, ka mājas lapa ir vieta, kurā sniegt informāciju par saražoto produktu priekšrocībām un par mājas lapas uzturēšanu un informācijas atjaunošanu ir nozīmēta atbildīgā persona. Var secināt, ka mājas lapa tiek izmantota kā vietne, kurā sniegt informāciju par produkciju, t.i. kā digitālā veida informācijas brošūra. Tomēr tikai 67 % respondentu atbildējuši apstiprinoši, ka mājas lapā sniegtā informācija tiek atjaunota vismaz reizi mēnesī un 50 % respondentu uzņēmumā ir izstrādāta kārtība, procedūra vai apraksts kā notiek informācijas ievietošana mājas lapā. Papildus jāatzīmē, ka vienā gadījumā konstatēta novecojusi informācija par ķīmisko maisījumu klasifikāciju, kurai no 2017. gada 1. jūnijā jābūt saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes regula (EK) Nr. 1272/2008 (Eiropas Parlaments un Padome 2008) par vielu un maisījumu klasificēšanu, marķēšanu un iepakošanu, kas norāda uz to, ka mājas lapa netiek regulāri aktualizēta, tāpat arī šajā mājas lapā e-veikals nebija pieejams. Tikai 33 % respondentu snieguši viedokli, ka uzņēmumam ir svarīgi attīstīt e-veikalu un 17 % norādījuši, ka drīzāk piekrīt šim apgalvojumam, kas sasaucas ar norādi, ka uzņēmumā ir atbildīgais darbinieks par e-veikala darbību. 50 % respondentu atbildēja, ka e-veikala izveide uzņēmuma mājas lapā prasa papildus finanšu līdzekļus, piemēram, puse norādīja, ka e-veikala izveidei vajag īpaši apmācītu personālu. 77 % respondentu piekrīt vai drīzāk piekrīt, ka e-veikala darbība uzņēmumam sniedz papildu finanšu pienesumu, taču kā jau iepriekš minēts tikai 30 % komersantu mājas lapās bija pieejams e-veikals.

Secinājumi

Pētījuma ietvaros izskatītas komersantu mājas lapas, kuri piedāvā Latvijas tirgū ķīmiskos maisījumus un kosmētikas līdzekļus. Izvērtējot iegūto informāciju var secināt, ka komersanti izmanto mājas lapas, lai sniegtu papildu informāciju par savu produkciju vismaz divās valodās

(latviešu un krievu). No desmit pētījumā ietvertajiem komersantiem tikai trīs komersanti izmanto iespēju savā mājas lapā patērētājam arī iegādāties produkciju, lai gan 77 % respondentu, kas piedalījās anketas aizpildīšanā, piekrīt vai drīzāk piekrīt, ka e-veikala darbība uzņēmumam sniedz papildu finanšu pienesumu. Komersanti pilnvērtīgi neizmanto e-komercijas iespējas, piemēram, piedāvājot tiešsaistē iegādāties produkciju vai rodot papildus tirgus iespējas visos Baltijas valstu tirgos, papildinot mājas lapu valodu klāstu arī ar igauņu un lietuviešu valodām. Autore uzskata, ka tas varētu būt skaidrojams ar dažādiem apstākļiem, piemēram, resursu trūkums mājas lapas izstrādei un kvalificēta personāla izmaksas, kas uztur un apstrādā pieprasījumus, vai komersants iegulda resursus sadarbībai ar profesionālajiem lietotājiem, nevis patērētajiem. Lai efektīvāk izmantotu pieejamos resursu, būtu nepieciešams izvērtēt vai visu produktu sortimentu ievietot e-veikalā, vai sagatavot konkrētu produktu grozu, kas pēc apjoma un citiem kritērijiem komersantam ir ar lielāko ienesīgumu, kā arī veikt personāla apmācību par e-veikala izveidi un uzturēšanu.

Bibliogrāfiskais saraksts

Dūrēja-Dombrovska, R. (2018*). Ķīmijas un farmācijas industrijā šogad prognozē stabilu izaugsmi.* [skatīts 28.01.2018]. Pieejams: http://www.delfi.lv/news/comment/comment/raina-dureja-dombrovska-kimijas-un-farmacijas-industrija-sogad-prognoze-stabilu-izaugsmi.d?id=49651903

Eiropas Komisijas paziņojums (2010). *EIROPA 2020 Stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un integrējošai izaugsmei*. [skatīts 28.01.2018]. Pieejams: http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_LV_ACT_part1_v1.pdf

Eiropas Parlaments un Padome (2008). Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 1272/2008 (2008. gada 16. decembris) par vielu un maisījumu klasificēšanu, marķēšanu un iepakošanu un ar ko groza un atceļ Direktīvas 67/548/EEK un 1999/45/EK un groza Regulu (EK) Nr. 1907/2006 [skatīts 28.01.2018]. Pieejams: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?uri=CELEX:02008R1272-20170101

Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (2018). *E-komercija. [*skatīts 28.01.2018]. Pieejams: http://www.liaa.gov.lv/lv/biznesa-abc/e-komercija

Latvijas Ķīmijas un farmācijas uzņēmēju asociācija (2018). *Par nozari.* [skatīts 28.01.2018]. Pieejams: http://www.lakifa.lv/lv/par-nozari/

Latvijas Republikas Saeima (2010). Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030. gadam. [skatīts 28.01.2018]. Pieejams: http://polsis.mk.gov.lv/documents/3323

Liepiņa, K. (2017). *Kosmētikas dinozaurs "Dzintars": nākamgad "aina mainīsies".* [skatīts 28.01.2018]. Pieejams: http://www.delfi.lv/bizness/uznemumi/kosmetikas-dinozaurs-dzintars-nakamgad-aina-mainisies.d?id=49406201

The European Chemical Industry Council, 2017. *Facts &Figures 2017 of the European chemical industry*. [skatīts 28.01.2018]. Pieejams: http://fr.zone-secure.net/13451/451623/#page=37

Kristīne Kazerovska. INTELEKTUĀLĀ ĪPAŠUMA AIZSARDZĪBA VALSTS PĀRVALDES IESTĀDĒS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Biznesa vadība", kristine.kazerovska@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.iur. Una Skrastiņa

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzība ir aktuāls jautājums, un daudzas valstis cenšas sakārtot nacionālo sistēmu šī īpašuma aizsardzībā. Arī Latvija tā ir aktuāla problēma, un mūsu valsts ir uzsākusi darbu pie intelektuālā īpašuma tiesiskās aizsardzības uzlabošanas. Valdība ir izstrādājusi un apstiprinājusi intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības un nodrošināšanas pamatnostādnes 2015.–2020.gadam. Latvijā pastāv normatīvais regulējums intelektuālā īpašuma aizsardzībai, ir tiesu prakse un vairāki tiesību zinātnieku pētījumi, tomēr tā praktiskā piemērošana praksē joprojām rada problēmas visām iesaistītajām pusēm. Arī valsts pārvaldes iestādēs jāsaskaras ar intelektuālā īpašuma aizsardzības jautājumiem, bet šīs jomas publiski pieejamu pētījumu praktiski nav, kas arī pamato šī pētījuma novitāti.

Pētījuma mērķis: ir analizēt politikas plānošanas dokumentus, normatīvos aktus, kā arī praksē konstatētās problēmas intelektuālā īpašuma aizsardzības jomā valsts pārvaldes iestādēs un sniegt priekšlikumus pētāmo jautājumu risināšanai.

Pētījuma metodes: Pētījumā tiek piemērotas deskriptīvā, salīdzinošā un analītiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultātā tiks gūta lielāka izpratne par to, kādas ir intelektuālā īpašuma aizsardzības iespējas valsts pārvaldes iestādēs.

Atslēgas vārdi: intelektuālā īpašuma aizsardzība; valsts pārvaldes iestādes; Latvija.

Ievads

Intelektuālā īpašuma aizsardzību ir pētījuši vairāki mūsu valsts tiesību zinātnieki, tomēr tā joprojām ir aktuāla problēma fiziskām personām un komersantiem. Esošajās darba tiesiskajās attiecībās darbiniekam ir pienākums ievērot nosacījumus informācijas aizsargāšanā, tomēr darba tiesisko attiecību pārtraukšanas gadījumā, arī valsts pārvaldē, tā var kļūt tikai par darba devēja problēmu. Pētāmās jomas aktualitāti un šī pētījuma novitāti pamato tas, ka attiecībā uz intelektuālā īpašuma aizsardzību valsts pārvaldē, kur arī jāsaskaras ar intelektuālā īpašuma aizsardzības jautājumiem, publiski pieejamu pētījumu praktiski nav. Pētījuma mērķis ir analizēt politikas plānošanas dokumentus, normatīvos aktus, konkrēti ķīmisko vielu pārvaldības jomā, kā arī praksē konstatētās problēmas intelektuālā īpašuma aizsardzības jomā valsts pārvaldē un sniegt priekšlikumus pētāmo jautājumu risināšanai. Pētījumā tiek izmantotas šādas zinātniskās pētniecības metodes - deskriptīvā, salīdzinošā un analītiskā. Pētījuma rezultātā tiks gūta lielāka izpratne par to, vai valsts pārvaldes iestādēs ir intelektuālais īpašums un ja ir, tad kādas ir tā aizsardzības iespējas. Pētījuma ietvaros autore izsaka savu viedokli pētāmo problēmu sakarā, nepretendējot uz pilnīgu un vispusīgu šī jautājuma izpēti, jo tiks aplūkoti tikai daži jautājumi, ar kuriem ir nācies saskarties praksē intelektuālā īpašuma aizsardzības aspektā.

Intelektuālā īpašuma jēdziens un aizsardzības elementi

Kā promocijas darbā norāda Dr.iur. Zane Pētersone vispirms nepieciešams apskatīt, kas ir intelektuālā īpašuma tiesības un vai tādas kā vienots institūts vispār pastāv. Viņa secina, ka viennozīmīga definīcija nav atrodama ne tiesību aktos, ne literatūrā (Pētersone 2010). Savukārt profesors Jānis Rozenfelds norāda, ka intelektuālais īpašums ir īpašuma tiesību paveids, kas regulē tiesības uz bezķermeniskām lietām – garīgas darbības produktiem, piešķirot īpašniekam monopoltiesības uz šiem garīgas darbības produktiem, kā arī nosaka šo monopoltiesību robežas (Rozenfelds 2004). Šī definīcija aptver vairākas svarīgas pazīmes, tomēr pilnīgi nenorobežo

jēdzienu. Dr.iur. Z. Pētersone uzsver, ka konfidenciālas informācijas aizsardzības nepieciešamība atrunāta ar intelektuālā īpašuma tiesībām saistītajos aktos un tā nebūt nav tikai uz intelektuālā īpašuma lietām attiecināma prasība. Šādas informācijas aizsardzības nepieciešamību pēc būtības nosaka nevis tiesību nozares īpatnības, bet gan pašas informācijas raksturs (Pētersone 2010).

Strīdīgāks ir jautājums par konfidenciālas informācijas aizsardzību. Intelektuālā īpašuma jautājumu kontekstā tas visbiežāk ir komercnoslēpums. Informācijas atklātības likuma (turpmāk – IAL) 7. panta pirmā un otrā daļa reglamentē, ka par komercnoslēpumu uzskatāma komersanta radīta vai komersantam piederoša informācija, kuras atklāšana varētu būtiski negatīvi ietekmēt komersanta konkurētspēju. Tomēr par komercnoslēpumu nevar uzskatīt informāciju, kas ir saistīta ar valsts pārvaldes funkciju vai uzdevumu izpildi (Informācijas atklātības likums). Protams, ka tas, vai konkrētās informācijas atklāšana varētu būtiski ietekmēt konkurētspēju, ir sarežģīti un ietver arī subjektīvus kritērijus, un par to varētu izcelties strīdi lietas dalībnieku starpā (Pētersone 2010). Papildus jāņem vērā, ka intelektuālā īpašuma lietās pārkāpējs un vēl jo vairāk citi likumā pieļautie informācijas pieprasījuma adresāti var nebūt komersanti, norāda Dr. iur. Z. Pētersone (Pētersone 2010).

Autore secina, ka nav vienotas definīcijas par to, kas tieši ir "intelektuālais īpašums", kā arī autorei neizdevās atrast nevienu publiski pieejamu pētījumu, kas būtu tieši attiecināms uz intelektuālā īpašuma definēšanu un aizsardzību valsts pārvaldes iestādēs.

Politikas plānošanas dokumenti

Pasaulē un Eiropā intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzība ir aktualitāte, un daudzas valstis cenšas sakārtot nacionālo tiesību sistēmu šī īpašuma aizsardzībā. Intelektuālā īpašuma kā ražojumu, darbu vai procesu aizsardzība ir nozīmīgs mehānisms, kas sekmē radošumu un ekonomisko izaugsmi. Arī Latvijas valdība ir izstrādājusi un apstiprinājusi intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības un nodrošināšanas pamatnostādnes 2015.–2020. gadam (MK rīkojums Nr. 169, 01.04.2015). Tas ir plānošanas dokuments, kas nosaka Latvijas valdības politikas pamatprincipus, mērķus un rīcības virzienus intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzībā un nodrošināšanā (Vilcāne 2015). Intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības un nodrošināšanas pamatnostādnes 2015.–2020. gadam (turpmāk – Pamatnostādnes), kas ir vidēja termiņa politikas plānošanas dokuments un kas nosaka Latvijas valdības politikas pamatprincipus, mērķus un rīcības virzienus intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzībā un nodrošināšanā, iezīmē nozares ilgtermiņa attīstības virzienus. Pamatnostādņu mērķis ir intelektuālā īpašuma tiesību jomas vispusīga attīstība valstī – indivīda (autors, izgudrotājs, kas rada intelektuālo īpašumu) darbība un uzņēmējdarbība ar augstāko pievienoto vērtību intelektuālā īpašuma tiesību jomā, intelektuālā īpašuma jomā izglītota sabiedrība un paaugstināts novitāšu aizsardzības līmenis. Attiecībā uz nacionālā normatīvā regulējuma pilnveidošanu intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzībā un pārvaldībā Pamatnostādnēs ir noteikts, ka šobrīd nepastāv skaidrs komercnoslēpumu aizsardzības līmenis, kā arī konstatējama sadrumstalotība normatīvajā regulējumā attiecībā uz komercnoslēpuma nelikumīgu iegūšanu, izmantošanu vai izpaušanu. Eiropas Komisija 2013. gada 4. decembrī ir nākusi klajā ar priekšlikumu Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvai Nr.2013/0402 (COD) par neizpaužamas zinātības un uzņēmējdarbības informācijas (komercnoslēpumu) aizsardzību pret nelikumīgu iegūšanu, izmantošanu un izpaušanu (turpmāk - Direktīva) (Eiropas Komisija 2013), kas ir izstrādāts, lai uzlabotu nosacījumus novatoriskai uzņēmējdarbībai visā Eiropas Savienībā (turpmāk – ES), tādējādi samazinot tiesiskās aizsardzības sadrumstalotību, kas veido atšķirības ES dalībvalstu komercnoslēpumu aizsardzības jomā, kā arī, veicinot inovāciju, lai uzlabotu komercnoslēpuma tiesisko aizsardzību pret piesavināšanos visā iekšējā tirgū. Līdz ar to jāpārskata Latvijas normatīvos aktus attiecībā uz komercnoslēpuma tiesisko aizsardzību, transponējot Direktīvu, tādējādi nodrošinot vienotu regulējumu komercnoslēpumu aizsardzības jautājumā ES līmenī. Autore secina, ka Latvijas normatīvajos aktos nav pilnvērtīga regulējuma komercnoslēpuma tiesiskā aizsardzībai un tā ir aktuāla problēma, kas tiek akcentēta arī Latvijas valdības apstiprinātajās Pamatnostādnēs. Tāpat arī Pamatnostādnēs ietvertās valsts iestādes, kuru

darbiniekiem ir plānotas apmācības, ir tikai maza daļa no iestādēm, kurām ir saskare ar intelektuāla īpašumā jomu, līdz ar to nākotnes darbībās ir jāpaplašina valsts iestāžu dalība arī no citiem sektoriem. Autore piekrīt Pamatnostādnēs norādītam un īpaši akcentē, ka gan speciālistu, gan ar šo jomu saistītajai sabiedrības daļai, arī valsts pārvaldē strādājošajiem, zināšanas par intelektuālo īpašumu nav pietiekamas, taču tās ir būtiskas intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzībai.

Informācijas aizsardzība, veicot darbības ar ķīmiskajām vielām

Ķīmisko vielu likums (turpmāk – ĶVL) nosaka prasībās gan komersantiem, kas veic darbības ar ķīmiskajām vielām un ķīmiskajiem maisījumiem, t.sk. biocīdiem, gan arī tām valsts iestādēm, kuru funkcija ir veikt šo komersantu uzraudzību (Ķīmisko vielu likums). Komersantam ir jābūt nepieciešamajai informācijai par vielu īpašībām, kā to nosaka 9. panta trešā daļa. Attiecīgi, ja uzņēmums ir izplatītājs, kas pats neražo, bet tikai nodarbojas ar tirdzniecību Latvijā un preci saņem, piemēram, no Polijas, tad viņš ir ļoti atkarīgs no informācijas, ko tam sniedz piegādātājs. Ja, piemēram, notiek vielas noplūde vidē izplatītājam ir jāveic atbilstoši pasākumi, lai veiktu gan vielas savākšanu, gan uzglabāšanu atbilstoši konkrētās vielas īpašībām. Tāpat ir noteikts, ka rūpniecisko avāriju risku novēršanas kontekstā noteikta informācija nedrīkst būt ierobežotas pieejamības (MK noteikumi Nr. 131, 01.03.2016). ĶVL 5. pants nosaka uzraudzības un kontroles iestāžu tiesības iegūt informāciju no komersantiem, kas nepieciešama uzraudzības veikšanai saskaņā ar ĶVL un citiem normatīvajiem aktiem. Tomēr ņemot vērā uzraudzības valsts iestāžu nepieciešamību izvērtēt jautājumus, kas skar arī katra komersanta komercnoslēpumu, saskaņā ar IAL noteikto, ĶVL 8. panta pirmā daļa ietver informācijas atklātības jautājumus un nosaka, ka ikvienam, kas, veicot uzraudzību saskaņā ar šo likumu vai citiem normatīvajiem aktiem, ir ieguvis informāciju, kura attiecas uz darbību veicēja finansiālo stāvokli, komercdarbības vai profesionālajiem noslēpumiem, ir aizliegts bez attiecīgās personas piekrišanas izpaust šādu informāciju trešajām personām.

Jāatceras, ka ĶVL 8. panta pirmajā daļā minētā prasība neattiecas uz uzraudzības un kontroles veikšanai nepieciešamās informācijas sniegšanu citām valsts, kā arī uz informācijas nodošanu tiesībaizsardzības iestādēm. Tātad valsts iestādes var apmainīties savstarpēji ar informāciju, kas komersanta izpratnē ir viņa komercnoslēpums, un komersants pret to nevar celt pretenziju. Tāpat ĶVL 8. pantā ir definēts kāda informācija nav ierobežotas pieejamības informācija un tā nav informācija attiecība uz vielas/maisījuma bīstamību, piemēram, ķīmiskās vielas vai maisījuma fizikālās, ķīmiskās, toksikoloģiskās vai ekotoksikoloģiskās īpašības, klasifikācija un marķējums, neatliekamie pasākumi, kas jāveic, ja notikusi saindēšanās u.c.

Valsts iestādēm ir saistošs IAL, kura mērķis ir nodrošināt, lai sabiedrībai būtu pieejama informācija, kura ir iestādes rīcībā vai kuru iestādei atbilstoši tās kompetencei ir pienākums radīt. Kā jau iepriekš norādīts, IAL arī nosaka, kas ir ierobežotas pieejamības informācija (5. pants) - tāda informācija, kura ir paredzēta ierobežotam personu lokam sakarā ar darba vai dienesta pienākumu veikšanu un kuras izpaušana vai nozaudēšana šīs informācijas rakstura un satura dēļ apgrūtina vai var apgrūtināt iestādes darbību, nodara vai var nodarīt kaitējumu personu likumiskajām interesēm, kā arī informācija kas ir komercnoslēpums. Autore secina, ka attiecīgi arī komersanta komercnoslēpums tiek pasargāts no izpaušanas un tas samazina kaitējumu viņa likumīgajām interesēm.

Ņemot vērā gan ĶVL, gan IAL noteikto, uzraudzības un kontroles iestādēm kontrolējot komersantus, kas veic darbības ar ķīmiskajām vielām, ir jāņem vēra gan šo abu likumu, gan citu normatīvo aktu prasības. Uzsākot darbu valsts iestādē jaunais darbinieks jāiepazīstina ar iestādes vadītāja apstiprinātu sarakstu par ierobežotas pieejamības statusa informāciju, kas tiek izdots katru gadu jauns kā to nosaka IAL 5. panta trešais un ceturtais punkts. Tomēr nekur nav noteikts kādam ir jābūt šim sarakstam un ko tieši tam ir jāsatur, izrietoši no likuma prasībām, kas no viena puses sniegtu atbalstu saraksta izveidē, bet no puses varētu būt ierobežojošs, jo būtu grūti ietver visu nepieciešamo informāciju, jo valsts pārvaldes iestādes ir ar dažādām

funkcijām, atkarībā no to kompetences jomas. Tāpat netiek definēts tieši kāda informācija tiek attiecināta uz intelektuālo īpašumu kā neizpaužama. Atsauces ir gan uz IAL noteikto par ierobežotas pieejamības informāciju, gan uz Komerclikumā noteikto par komercnoslēpumu (Komerclikums). Jāatzīmē, ka ĶVL nosaka aizsargāt un neizpaust "profesionālo noslēpumu", tomēr tiesību aktos nav identificēta definīcija kas ir "profesionālais noslēpums", kas autores izpratnē arī būtu vērtējams kā intelektuālā īpašuma kāda no sadaļām, jo tā izpaušanā gadījumā komersants var ciest materiālus zaudējumus. Tāpat amata apraksta saturā uzraugošajam amatpersonām jānosaka ierobežojumus sniegt informāciju un ir jābūt atsaucei uz konfidencialitātes ievērošanu, kas var konkrēti specificēt jautājumus par intelektuāla īpašuma aizsardzību.

Rakstisks apliecinājums par informācijas neizpaušanu arī tiek plaši izmantots dažādās jomās, piemēram, Latvijas Republikas (turpmāk – LR) Augstākās tiesas apliecinājums, kuru paraksta iesniedzējs, nosaka ierobežojumu izmantot iegūto informāciju tikai pieprasījumā norādītajiem mērķiem (LR Augstākā tiesa 2018). Cita veida apliecinājums jāparaksta visiem aptiekas darbiniekiem, kuriem darba uzdevumos ietilpst apstrādāt pacientu datus un ir piešķirtas tiesības to darīt Vienotajā veselības nozares elektroniskajā informācijas sistēmā (Nacionālais veselības dienests 2018). Autore norāda, ka šāda apliecinājuma parakstīšana papildus vērš darbinieka uzmanību uz ierobežotas pieejamības informācijas jautājuma svarīgumu. Līdz ar to uzsākot darba attiecības darbinieks jāparaksta apliecinājumu par to, ka neizpaudīs ierobežotas pieejamības informāciju, kuru iesniegs komersants, lai darbinieks veiktu darba uzdevumus, izpildot valsts pārvaldei deleģētās funkcijas. Autore ierosina valsts pārvaldes iestādēs, kurām ir pieeja ierobežotas pieejamības informācijai, darbinieku apliecinājumā ietver šādu tekstu: "Ar šo apliecinu, ka nekādā veidā neizpaudīšu ierobežotas pieejamības informāciju, kas man būs pieejama, veicot amata pienākumos noteiktos darba uzdevumus. Apņemos ierobežotas pieejamības informāciju izmantot tikai savu darba uzdevumu izpildē, tādējādi nodrošinot iestādes funkciju veikšanu. Esmu informēts(-a), ka ierobežotas pieejamības informāciju iestādē tiek noteikta saskaņā ar sarakstu par ierobežotas pieejamības statusa informāciju, kā arī saskaņā ar ārējiem normatīvajiem aktiem un iekšējiem normatīvajiem aktiem." Autora ieskatā pastāv iespējamas problēmsituācijas, jo apliecinājumā neparādās konkrēti norādīts laiks, kad šo informāciju nedrīkst izpaust – vai tikai esot darba attiecībās vai arī pēc to pārtraukšanas, un šāda apliecinājuma ievērošanu, piemēram, uzsākot darba attiecības pie kāda komersanta. Tāpat pieņemot iespējamību, ka intelektuāla īpašums tiek izpausts, pastāv sarežģīts process pieradīt šāda veida informācijas izpaušanu no konkrētās personas, ja tas nav veikts izmantojot dokumentāciju.

Pamatojoties uz valsts pārvaldes deleģētājām funkcijām, autore secina, ka arī valsts pārvaldei var būt pieeja intelektuālajam īpašumam vai informācija par komersanta intelektuālo īpašumu un šo jautājumu kontekstā tas visbiežāk būs komercnoslēpums, konfidenciāla informācija vai ierobežotas pieejamības informācija, kura ir jāaizsargā, un tā nedrīkst būt pieejama trešajām personām. Šajā gadījumā ir jāņem vērā papildus prasības attiecībā uz specifisko jomu - darbībām ar ķīmiskajām vielām, kas izriet no abiem likumiem - gan IAL, gan ĶVL. Līdz ar to iespējams pretrunas, kad komersants, saskaņā ar IAL savu informāciju norāda kā komercnoslēpumu, bet ĶVL ietvaros tā nevar tikt klasificēta kā ierobežotas pieejamības informācija, līdz ar to tā ir jādara zināma un pieejama sabiedrībai, t.sk. konkurentiem. Par komercnoslēpumu nevar uzskatīt informāciju, kas ir nepieciešama valsts pārvaldes darbiniekiem, pildot valsts pārvaldes funkcijas vai uzdevumus, līdz ar to valsts pārvaldes darbinieku rīcībā var nonāk informācija, kuru ir jāaizsargā. Šis jautājums ir jo īpaši aktuāls izbeidzoties darba tiesiskajām attiecībām valsts pārvaldē.

Neizpaušanas pienākums

Darba likuma 83. pants reglamentē neizpaušanas pienākumu, un tajā noteikts, ka darbiniekam ir pienākums neizpaust viņa rīcībā nonākušo informāciju, kas ir darba devēja komercnoslēpums (Darba likums). Darba devējam ir pienākums rakstveidā norādīt, kura informācija uzskatāma

par komercnoslēpumu. Darbiniekam ir pienākums rūpēties par to, lai šā panta pirmajā daļā minētā informācija, kas attiecas uz viņa darba veikšanu, nebūtu tieši vai netieši pieejama trešajām personām. Savukārt šī Darba likuma (turpmāk - DL) 84. pants par konkurences ierobežojumu pēc darba tiesisko attiecību izbeigšanās, reglamentē, ka darbinieka un darba devēja vienošanās par darbinieka profesionālās darbības ierobežojumu (konkurences ierobežojums) pēc darba tiesisko attiecību izbeigšanās ir pieļaujama vienīgi tad, ja minētā vienošanās atbilst konkrētām pazīmēm, kā, piemēram, konkurences ierobežojums, kas var attiekties tikai uz to darbības jomu, kurā darbinieks tika nodarbināts darba tiesisko attiecību pastāvēšanas laikā. Vienošanās par konkurences ierobežojumu nav spēkā, ciktāl tā atbilstoši konkurences ierobežojuma veidam, apmēram, vietai un laikam, kā arī ņemot vērā darbiniekam izmaksājamo atlīdzību, uzskatāma par netaisnīgu darbinieka turpmākās profesionālās darbības ierobežojumu. Šāda vienošanās par konkurences ierobežojumu slēdzama rakstveidā, norādot konkurences ierobežojuma veidu, apmēru, vietu, laiku un darbiniekam izmaksājamās atlīdzības apmēru. Pastāv dažādi viedokļi par to, vai DL 83. pantā minētais neizpaušanas pienākums būtu attiecināms tikai uz laiku, kamēr starp darba devēju un darbinieku pastāv darba tiesiskās attiecības, vai arī šis pienākums darbiniekam būtu saistošs arī pēc darba attiecību izbeigšanās. Ņemot vērā, ka Komerclikuma 19. panta 2. daļa paredz komersantam izņēmuma tiesības uz komercnoslēpumu, kā arī šī panta 3. daļā noteikts, ka komersantam ir tiesības prasīt komercnoslēpuma aizsardzību, un šīs tiesības nav kā īpaši ierobežotas laikā, varētu argumentēt, ka darba attiecību izbeigšanās pati par sevi automātiski neatbrīvo darbinieku no pienākuma neizpaust nu jau bijušā darba devēja komercnoslēpumu. Tā kā strīda gadījumā darbinieks vienmēr tiks uzskatīts par "vājāko" pusi un lai izvairītos no pārpratumiem, būtu ieteicams darba līgumā (vai arī slēdzot atsevišķu vienošanos par konfidencialitātes ievērošanu) tieši norādīt, ka pienākums neizpaust un pretēji darba devēja interesēm kā citādi izmantot komercnoslēpumu saturošu informāciju saglabājas arī pēc darba attiecību izbeigšanās (Burkevics 2015). Šādu pienākumu var iekļaut darba kārtības noteikumos vai darba devēja vienpusēji izdotā rīkojumā, kura adresāts ir konkrēts darbinieks. Turklāt komercnoslēpuma neizpaušanas pienākums ir nošķirams no DL 84. un 85. pantā regulētās vienošanās par konkurences ierobežojumu pēc darba attiecību izbeigšanās. Par konkurences ierobežojuma ievērošanu darba devējam ir jāmaksā darbiniekam atbilstoša ikmēneša atlīdzība, kamēr darba devēja komercnoslēpumu darbinieks arī pēc darba attiecību izbeigšanās nedrīkst izpaust bez kādas īpašas papildu atlīdzības no darba devēja (Burkevics 2015).

Autore vērš uzmanību uz Valsts un pašvaldību institūciju amatpersonu un darbinieku atlīdzības likumu, kura mērķis ir panākt, ka valsts un pašvaldību institūcijās amatpersonu (darbinieku) atlīdzības noteikšanā tiek ievēroti līdzvērtīgi nosacījumi. Apsverot iespēju, vai informācijas neizpaušanas līgumus, kuros "ir jāiekļauj atlīdzības noteikumi" varētu parakstīt arī valsts pārvaldē, autore norāda, ka Valsts un pašvaldību institūciju amatpersonu un darbinieku atlīdzības likumā nav paredzēta atlīdzība par informācijas neizpaušanu, līdz ar to nav juridiska pamata šādu atlīdzību iekļaut līgumā.

Secinājumi un priekšlikumi

1. Latvijā intelektuālā īpašuma aizsardzība ir aktuāla problēma, tai skaitā valsts pārvaldē, kas tiek akcentēta arī Latvijas valdības apstiprinātajās "Intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības un nodrošināšanas pamatnostādnes 2015.–2020. gadam". Lai gan Latvijā ir normatīvais regulējums intelektuālā īpašuma aizsardzībai, tomēr tā praktiskā piemērošana praksē rada problēmas visām iesaistītajām pusēm, t.sk. valsts pārvaldei.
2. Par komercnoslēpumu nevar uzskatīt informāciju, kas ir saistīta ar valsts pārvaldes funkciju vai uzdevumu izpildi. Tomēr arī valsts pārvaldei var būt pieeja intelektuālajam īpašumam vai komersanta komercnoslēpumam, ko ilustrē arī pētījumā izvēlētā joma par ķīmisko vielu pārvaldību.
3. Tā kā Valsts un pašvaldību institūciju amatpersonu un darbinieku atlīdzības likums

neparedz iespēju veikt atlīdzību par informācijas neizpaušanu, pēc darba tiesisko attiecību beigām valsts pārvaldes iestādēs, darbinieka rīcībā nonākusī informācija paliek neaizsargāta.

4. Lai arī neizpaušanas līgumi tieši nav attiecināmi uz valsts pārvaldi, autore uzskata, neveicot atbilstošus pasākumus, ir paaugstināts risks valstij pārkāpt citu personu intelektuālā īpašuma tiesības. Vienošanos par informācijas aizsardzību vislabāk slēgt rakstveidā, precizējot, kāda informācija ir konfidenciāla, un, izstrādājot noteikumus gadījumiem, kad darbinieks pārtrauc darba tiesiskās attiecības, nosakot arī termiņu, pēc kura var izpaust konfidenciālo informāciju.
5. Visās valsts iestādēs, kurās ir pieeja intelektuāla īpašuma jomas jautājumiem, jāizvērtē iekšējie normatīvie akti, jāizmanto citi instrumenti, piemēram, apliecinājumi, pieejamās informācijas aizsardzībai, kā arī jāorganizē apmācības darbinieku zināšanu līmeņa celšanai par intelektuālā īpašuma jautājumiem.

Bibliogrāfiskais saraksts

Burkevics, A. (2015). "Kā nosargāt komercnoslēpumu?" [skatīts 15.11.2017]. Pieejams: http://www.sorainen.com/UserFiles/File/PublicATions/article.how-to-protect-trade-secret.2015-02-20.lAT.ifinanses-lv.andisb.pdf

Darba likums (spēkā esošā redakcija). *Latvijas Vēstnesis*, 105 (2492), 06.07.2001. [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=26019

Eiropas Komisija (2013). *COM (2013) 813: Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on the protection of undisclosed know-how and business information (trade secrets) against their unlawful acquisition, use and disclosure.* [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: https://eur-lex.europa.eu/procedure/EN/2013_402

Informācijas atklātības likums (spēkā esošā redakcija). *Latvijas Vēstnesis*, 334/335 (1395/1396), 06.11.1998. [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=50601

Komerclikums (spēkā esošā redakcija). *Latvijas Vēstnesis*, 158/160 (2069/2071), 04.05.2000. [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=5490

Ķīmisko vielu likums (spēkā esošā redakcija). *Latvijas Vēstnesis*, 106 (1167), 21.04.1998. [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=47839

LR Ministru kabineta rīkojums Nr. 169 "Intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības un nodrošināšanas pamatnostādnes 2015.–2020.gadam." *Latvijas Vēstnesis,* 67 (5385), 07.04.2015. [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: http://polsis.mk.gov.lv/documents/5143

LR Ministru kabineta noteikumi Nr. 131 "Rūpniecisko avāriju riska novērtēšanas kārtība un riska samazināšanas pasākumi." *Latvijas Vēstnesis,* 45 (5617), 04.03.2016. [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/280652-rupniecisko-avariju-riska-novertesanas-kartiba-un-riska-samazinasanas-pasakumi

LR Augstākā tiesa (2018). "Apliecinājums par ierobežotas pieejamības informācijas neizpaušanu". [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: http://at.gov.lv/lv/apmekletajiem/informacijas-izsniegsanas-kartiba/apliecinajums-par-ierobezotas-pieejamibas-informacijas-izmantosanas-merki/.

Nacionālais veselības dienests (2018). "Apliecinājums par informācijas neizpaušanu un personas datu apstrādi". [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: www.vmnvd.gov.lv/uploads/files/57ff826916d88.doc.

Patentu likums (spēkā esošā redakcija). *Latvijas Vēstnesis*, 34 (3610), 27.02.2007. [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=153574

Pētersone, Z. (2010). Promocijas darbs "*Civiltiesiskās aizsardzības līdzekļi, kas tiesā piemērojami intelektuālā īpašuma tiesību lietās*". [skatīts 25.04.2018.]. Pieejams: https://dspace.lu.lv/dspace/bitstream/handle/7/5056/16983-Zane_Petersone_2010.pdf?sequence=1

Rozenfelds, J. (2004). *Intelektuālais īpašums*. Rīga: Zvaigzne ABC.