

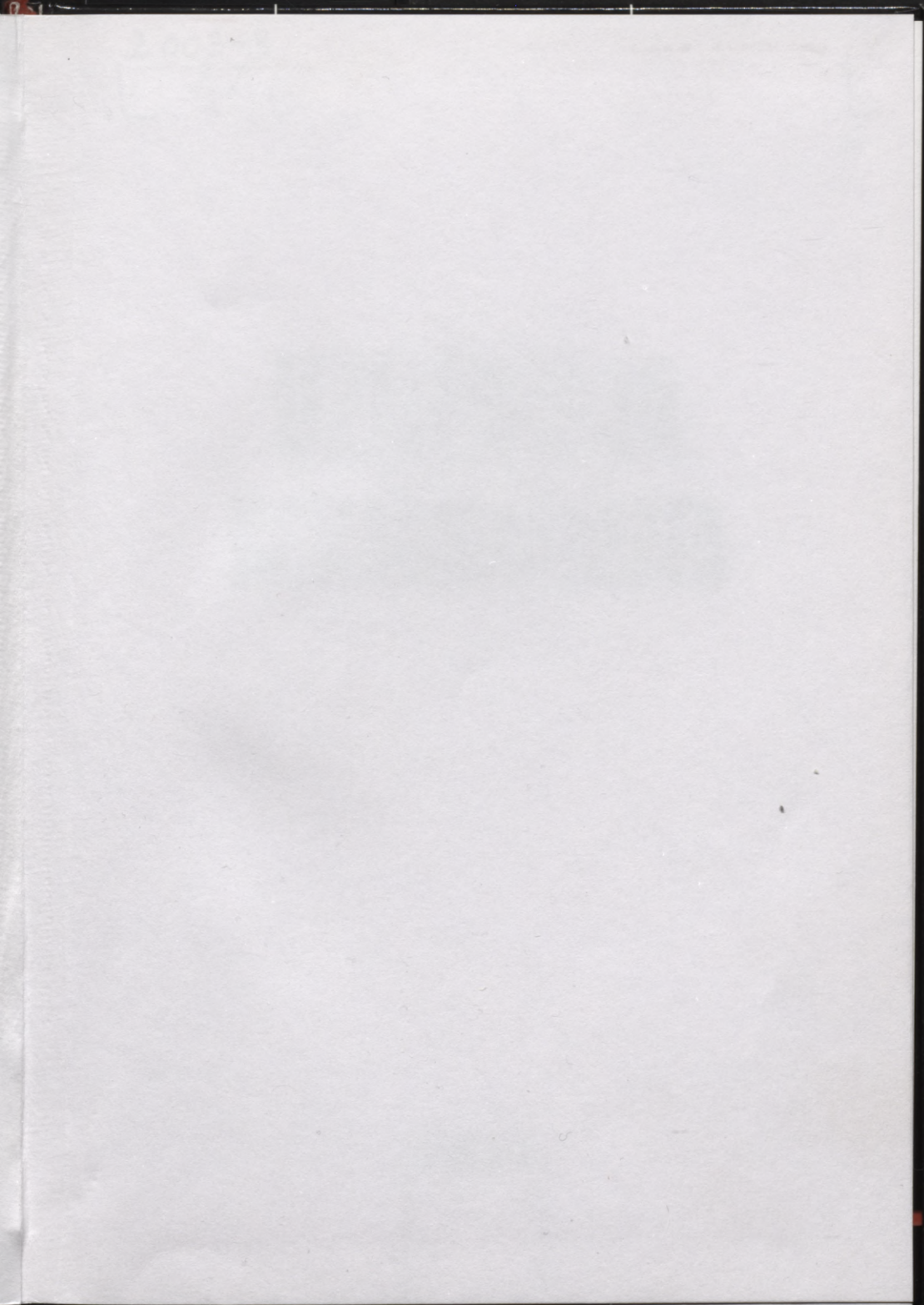
JUMAVA

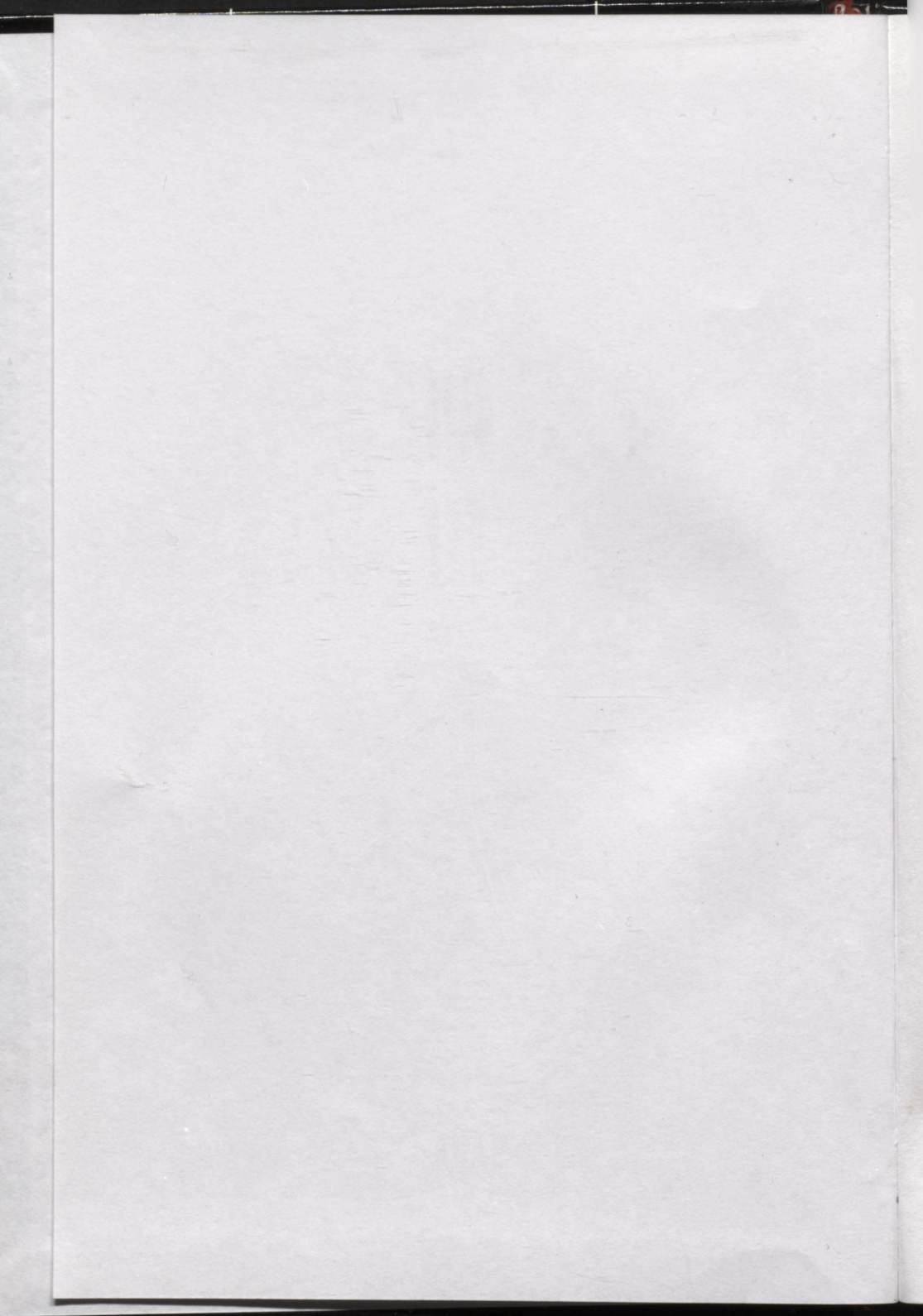
**UZNĒMĒJA
,
ROKASGRĀMATA**



BIROJA SĒRIJA







2003-3

L 446

UZNĒMĒJA , ROKASGRĀMATA

JUMAVA

L
6

Latvijas Nacionālā
bibliotēka

0303044164

UDK 638 + 339 (035)

Uz 520

Grāmatu sastādīja *Gundega Pelše* un *Indra Ruperte*,
par pamatu ņemot mazā biznesa mācību kursa
materiālus, kurus gatavoja *Sniedze Joma*,
Egīta Kalnīte, *Gundega Pelše*, *Jānis Pujāts*,
Daina Pūre un *Indra Ruperte*
Artas Ozolas-Jaunarājas un *Jāņa Jaunarāja*
vāka mākslinieciskais noformējums
Datogرافيķe *Rūta Vilīte*

ISBN 9984 - 05 - 591 - 4

© SIA «J.L.V.», izdevums,
latviešu valodā, 2003

© Arta Ozola-Jaunarāja, Jānis
Jaunarājs, mākslinieciskais
noformējums, 2003

SATURS

Ievads ekonomikas teorijā	7
1.1. Ekonomiskās sistēmas	8
1.1.1. Vajadzības	8
1.1.2. Resursi un ekonomikas pamatproblēma	10
1.1.3. Ekonomiskās sistēmas	12
1.1.4. Ekonomiskā aprīte	13
1.1.5. Ekonomiskās aktivitātes svārstības	14
1.1.6. Tirgus regulēšanas mehānisms	17
1.1.7. Preču un pakalpojumu apmaiņa	19
1.2. Pieprasījuma un piedāvājuma teorijas pamati	23
1.2.1. Pieprasījums	23
1.2.2. Piedāvājums	27
1.2.3. Analīze	30
1.3. Ražošanas pamati	33
1.3.1. Biznesa ekonomiskā aprīte	33
1.3.2. Tirgus veidi	35
1.3.3. Ražošanas izmaksas	38
1.3.4. Ieņēmumi	40
1.3.5. Analīze	42
Uzņēmējdarbības pamati	45
2.1. Uzņēmējdarbības iespējas	45
2.1.1. Uzņēmējdarbības pamatjēdzieni	45
2.1.2. Informācija par uzņēmējdarbību	48

2.1.3. Uzņēmējdarbības formas	55
2.1.4. Mazā biznesa formas	68
2.1.5. Uzņēmuma reģistrācija	71
2.2. Uzņēmējdarbības finansēšana	75
2.2.1. Finansēšanas avoti	75
2.2.2. Analīze	78
2.3. Darba likumdošana	84
2.3.1. Darba tiesības	84
2.3.2. Darba līgumi	87
2.4. Biznesa plāna saturs un nepieciešamība	101
2.4.1. Biznesa plāns	101
2.4.2. Ieteicamais biznesa plāna saturs	104
2.4.3. Biznesa plāna finanses	112
Mārketingis	117
3.1. Tīrgus izpēte	117
3.1.1. Tīrgus	117
3.1.2. Tīrgus izpēte	125
3.1.3. Konkurenti	137
3.2. Mārketinga pasākumu komplekss	140
3.2.1. Mārketinga koncepcijas	141
3.2.2. Prece	146
3.2.3. Cena	158
3.2.4. Vieta	168
3.2.5. Popularizēšana	171
3.3. Uzņēmējdarbības riska faktori	184
Vadišana	187
4.1. Vadišanas būtība	187
4.1.1. Organizācija un vadītājs	187
4.1.2. Lēmumu pieņemšana	196
4.1.3. Komunikācija (informācijas apmaiņa)	199

4.2. Vadišanas funkcijas	204
4.2.1. Plānošana	204
4.2.2. Organizēšana	210
4.2.3. Motivēšana	216
4.2.4. Kontrole	222
4.3. Vadišanas līmeņi	226
4.4. Vadišanas stili	229
Nodokļi	234
5.1. Nodokļu sistēma Latvijas Republikā	234
5.1.1. Nodokļi un nodevas	234
5.1.2. Nodokļu likumdošanas pārkāpumi	245
5.2. Nodokļu veidi	249
5.2.1. Iedzīvotāju ienākuma nodoklis	249
5.2.2. Sociālā apdrošināšana	257
5.2.3. Uzņēmuma ienākuma nodoklis	262
5.2.4. Nekustamā īpašuma nodoklis	269
5.2.5. Dabas resursu nodoklis	271
5.2.6. Pievienotās vērtības nodoklis	275
5.2.7. Akcīzes nodoklis	281
5.2.8. Izložu un azartspēļu nodoklis	286
5.2.9. Muitas nodoklis	290
Grāmatvedība	292
6.1. Grāmatvedības uzdevumi un datu lietotāji	292
6.2. Grāmatvedības normatīvie dokumenti	298
6.2.1. Bilance	299
6.2.2. Peļņas vai zaudējumu aprēķins	310
6.2.3. Naudas plūsmas pārskats	312
6.2.4. Uzņēmuma darbības vērtējums	319
6.2.5. Analīze	324

Lietvedība	327
7.1. Lietvedības sistēma, to reglamentējošie dokumenti	327
7.1.1. Lietvedības procesa būtība	327
7.1.2. Dokumentu iedalījums	329
7.1.3. Dokumentu rekvizīti	334
7.2. Dokumentu reģistrācija	343
7.3. Dokumentu noformēšana	348

IEVADS EKONOMIKAS TEORIJĀ

Ekonomikas teorija kā sabiedriska zinātne radās tikai 18. gadsimtā. Termins *ekonomika* darināts no grieķu valodas vārda *oikonomia*. To var tulkot kā *māku pārvaldīt mājas saimniecību*. Ekonomikas teorijas vēsturē par pirmo ekonomistu parasti tiek uzskatīts sengrieķu filozofs un zinātnieks Aristotelis (384.–322. g. p. m. ē.), tomēr pat vēl 20 gadsimtus pēc Aristoteļa nevar runāt par ekonomikas teoriju kā par izveidojušos zinātņi. 1615. gadā franču ekonomists Monkretjēns pirmo reizi lietoja apzīmējumu *politiskā ekonomija*. Politiskās ekonomijas kā zinātnes rašanās tiek datēta ar 1776. gadu, kad izcilais angļu ekonomists Ādams Smits publicēja savu fundamentālo darbu “Pētījums par tautu bagātības dabu un cēloņiem”. Taču 19. gs. otrajā pusē termins *politiskā ekonomija* kā ekonomikas teorijas nosaukums tiek mainīts ar apzīmējumu *ekonomika*.

Ekonomikas teorijai, kā jebkurai zinātnei, ir savs izpētes objekts jeb priekšmets. Ekonomisti to formulē diezgan atšķirīgi, tomēr visos šajos formulējumos ir kopīga doma.

*Ekonomikas teorijas
centrā ir cilvēks,
viņa ekonomiskā rīcība,
centieni apmierināt savas vajadzības*



Mūsdienu ekonomikas teorija tiek iedalīta divās lielās daļās.

Mikroekonomika — pēta cēloņsakarības atsevišķu indivīdu, uzņēmumu un nozaru līmenī, pieprasījuma un piedāvājuma veidošanos preču tirgū, cenu veidošanos, kā arī uzņēmuma un tirgus attiecības dažādās konkurences izpausmēs.

Makroekonomika — pēta ekonomiskās kopsakarības tautsaimniecības līmenī, ekonomisko izaugsmi, tās nestabilitātes cēloņus, inflācijas un bezdarba problēmas.

Šīs daļas var salīdzināt šādi: *mikroekonomika* apskata koku, bet *makroekonomika* — mežu.

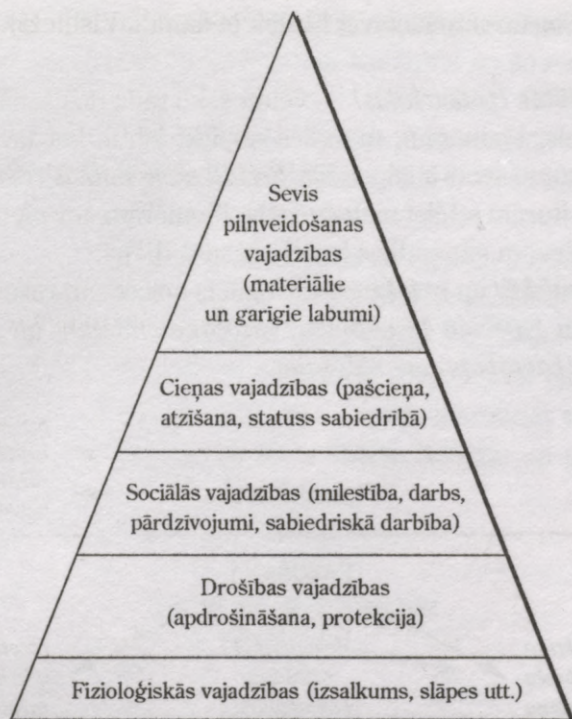
1.1. EKONOMISKĀS SISTĒMAS

1.1.1. Vajadzības

Jebkuras saimniecības darbība vienmēr ir saistīta ar noteiktu vajadzību apmierināšanu. Apmierinātas vajadzības rosina jaunu vajadzību rašanos. Šos jautājumus pēta psiholoģija, un zinātnieku domas par cilvēku rīcības motivāciju būtiski atšķiras. Piedāvājam vienu no variantiem — amerikāņu zinātnieka A. Maslova izveidoto cilvēka vajadzību piramīdu.

Cilvēka ienākumi ir ierobežoti, tāpēc katrs vispirms apmierina tās vajadzības, kas atrodas piramīdas pamatnē.

Cilvēku sabiedrības progresu nodrošina vajadzību un ražošanas nemitīga attīstība. Vajadzību piepildījums dod impulsu jauniem mēģinājumiem ražošanā, bet tās attīstība nosaka jaunu vajadzību rašanos. Starp vajadzībām un ražošanu pastāv atgriezeniskā saikne.



1.1. shēma. Vajadzību hierarhija pēc A. Maslova

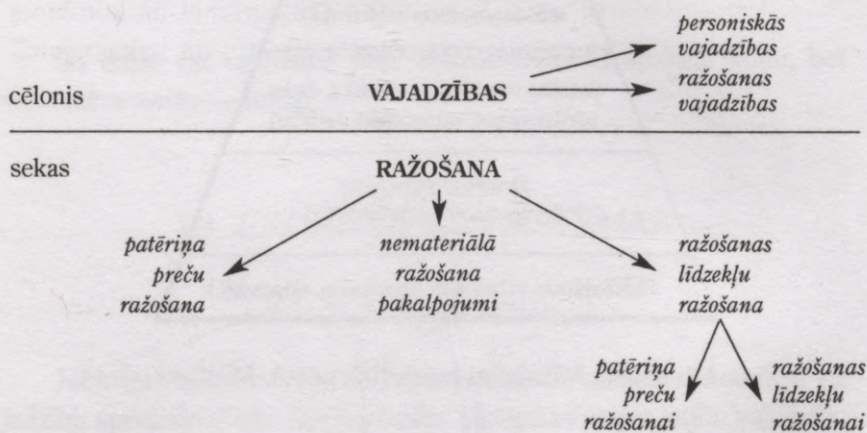
*Sākotnēji vajadzību apmierināšana (cēlonis)
 prasa noteiktu ražošanas attīstību (sekas),
 tālāk ražošanas attīstība jau kā cēlonis
 rada līdz šim nezināmas vajadzības (sekas)*



Piemēram, telegrāfa, telefona, radio, televīzijas, audiotehnikas, videotehnikas un datortehnikas attīstība radīja vajadzību un ražošanas savstarpējās maiņas ķēdes reakciju. Būtībā vajadzības ir ražošanas progresa mūžīgais dzinējs.

Vajadzības un ražošanu var klasificēt dažādi. Visbiežāk vajadzības iedala šādi.

1. **Absolūtās** (*potenciālās*) — vēlmes, ko rada ražošanas attīstības līmenis. Piemēram, tu vēlies nopirkt jahtu, bet tavš vienīgais ienākumu avots ir stipendija. **Sociāli ekonomiskās** (*reālās*) — vēlmes, kurām atbilst maksāspēja. Piemēram, tev pietiek naudas pusdienām stipendijas izmaksāšanas dienā.
2. **Personiskās** un **ražošanas** vajadzības nosaka arī ražošanas iedalījumu *patēriņa priekšmetu, ražošanas līdzekļu* un *nemateriālajā (pakalpojumu) ražošanā*.



1.2. shēma. Vajadzību un ražošanas saikne

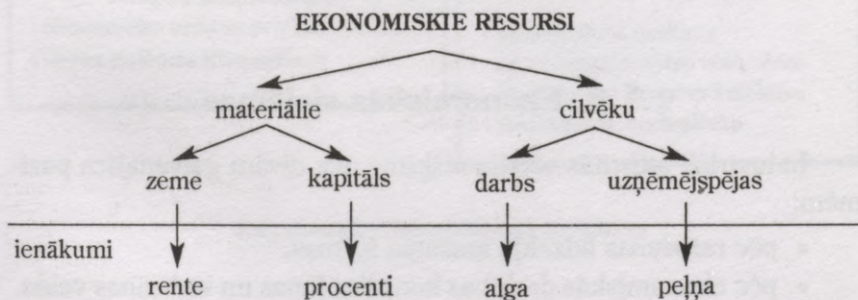
1.1.2. Resursi un ekonomikas pamatproblēma

Ideāli būtu apmierināt visu cilvēku visas vajadzības. Diemžēl tas nav iespējams, jo vajadzību apmierināšanai ir nepieciešami daudzveidīgi resursi. Reāli pastāv gan neierobežoti (gaiss, ūdens), gan ierobežoti resursi (ogles, nafta). Bet ir situācijas, kad arī neierobežoti resursi var kļūt ierobežoti, piemēram, gaiss zemūdenē.

Mūsdienu ekonomikas teorijā tiek izdalītas vairākas resursu grupas (ražošanas faktori) un iespējamie ienākumi no šo resursu izmantošanas ražošanā.

1. **Zeme** — visplašākajā nozīmē (visas dabas bagātības), kas kalpo cilvēku vajadzību apmierināšanai. Tas ir dabiskais ražošanas faktors, kas nav cilvēka darbības rezultāts.
2. **Kapitāls** — visi labumu veidi, kas ir cilvēku darbības rezultāts un tiek izmantoti, lai ražotu labumus un pakalpojumus.
3. **Darbs** — cilvēka jebkāda intelektuāla vai fiziska darbība, kas tiek mērķtiecīgi veikta, lai ražotu labumus un pakalpojumus.
4. **Uzņēmējdarbības faktors** — spēja koordinēt un kombinēt ražošanas faktoros, lai nodrošinātu labumu un pakalpojumu ražošanu.

Uzskatāmi tas redzams 1.3. shēmā.



1.3. shēma. Ekonomisko resursu grupas

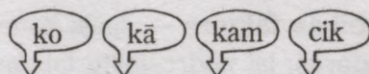
Resursu ierobežotība saistībā ar vajadzību apmierināšanu ir galvenokārt ekonomiska, nevis tehnoloģiska problēma. Jebkurš ražotājs vai patērētājs ir spiests rīkoties savu resursu robežās, t. i., viņam nepārtraukti jāizvēlas (savu vienīgo latu var izdot tikai vienu reizi). Tas praktiskajā dzīvē rada īpašas saimniekošanas attiecības un spiež īstenot noteiktu ekonomisku rīcību. No resursu ierobežotības un tās

sekām nav atbrīvota neviena valsts pasaulē — ne Japāna, ne ASV, ne Skandināvijas valstis, ne arī Latvija.



*Ekonomika sākas, augošām vajadzībām
saduroties ar resursu ierobežotību*

Tā kā resursi ir ierobežoti un vajadzības neierobežotas, ekonomikā vienmēr jārisina četri savstarpēji saistīti jautājumi:



ražot?

Šo jautājumu risinājums ir atkarīgs no ekonomiskās sistēmas.

1.1.3. Ekonomiskās sistēmas

Industriāli attīstītās valstis atšķiras pēc divām galvenajām pazīmēm:

- pēc ražošanas līdzekļu īpašuma formas;
- pēc ekonomiskās darbības koordinēšanas un vadišanas veida.

Mūsdienās pasaulē dažādās valstis ir izveidojušās atšķirīgas ekonomiskās sistēmas.

Ekonomikas teorijā izšķir trīs galvenās sistēmas.

1. Tirgus ekonomika, kurai raksturīgs:

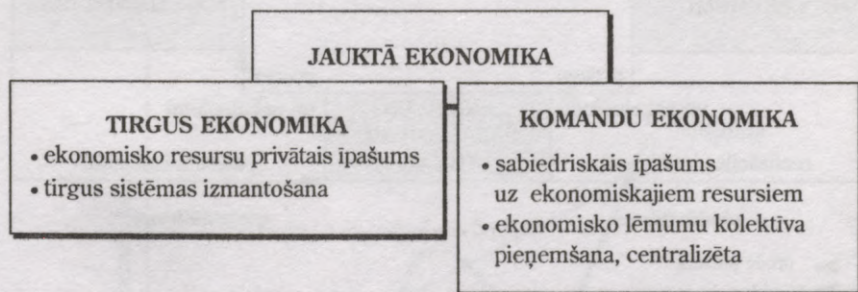
- ekonomisko sistēmu privātipašums;
- tirgus mehānisma izmantošana ekonomiskās darbības koordinēšanai un vadišanai (tirgus mehānisms nozīmē, ka cenu nosaka pieprasījums un piedāvājums).

2. Komandu ekonomika, kurai raksturīgs:

- praktiski visu materiālo resursu sabiedriskais īpašums;
- ekonomisko lēmumu kolektīva pieņemšana ar centralizētas plānošanas palīdzību.

3. Jauktā ekonomika, kam ir visreālākā mūsdienu ekonomiskā sistēma, kurai raksturīga valsts uzraudzība pār tirgus mehānisma darbību.

Sistēmas izvēle ir atkarīga no kultūras, vēsturiskās pagātnes, tradīcijām, ideoloģijas un, protams, ekonomisko resursu kvantitātes un specifikas.



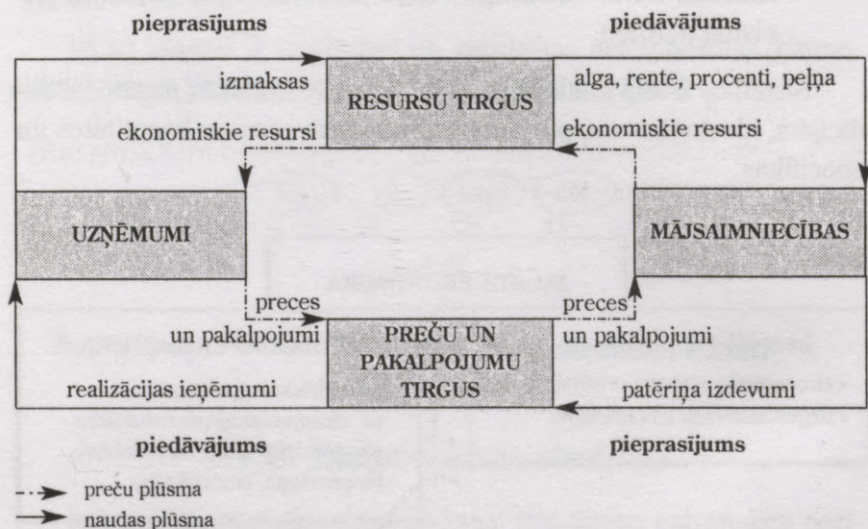
1.4. shēma. Ekonomiskās sistēmas

1.1.4. Ekonomiskā aprīte

Līdz šim vēl neesam iepazinušies ar jēdzienu *ekonomiskā aprīte*, ko veido preču un naudas plūsma.

Tirgus ekonomikā lēmumus pieņem mājsaimniecības un uzņēmumi. Tajā ir divas tirgus grupas: resursu un produktu tirgi. Mājsaimniecības apgādā uzņēmumus ar ekonomiskajiem resursiem ar resursu tirgu starpniecību. Uzņēmumi savukārt par resursu izmantošanu maksā algu, renti, procentus un peļņu.

Uzņēmumi piedāvā preces un pakalpojumus mājsaimniecībām ar preču un pakalpojumu tirgu starpniecību. Mājsaimniecības maksā uzņēmumiem par šīm precēm un pakalpojumiem. Uzskatāmi tas attēlots 1.5. shēmā.



1.5. shēma. Ekonomiskā aprite

1.1.5. Ekonomiskās aktivitātes svārstības

Tirgus sistēma attīstās nevienmērīgi, tai raksturīgas ekonomiskās aktivitātes svārstības. Galvenie ekonomiskās aktivitātes līmeņa rādītāji ir šādi.

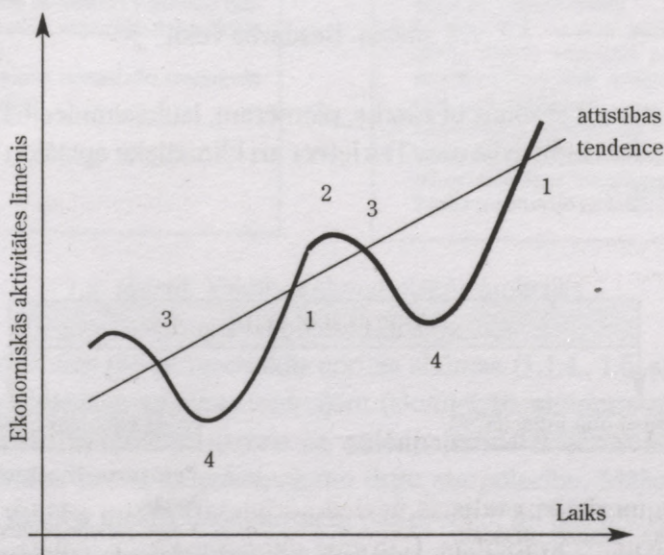
1. **Iekšzemes kopprodukts (IKP)** — gada laikā valstī saražoto gala produktu un pakalpojumu summārā vērtība tirgus cenās.
2. **Bezdarba līmenis** — rādītājs, kas salīdzina darbu meklējošo cilvēku skaitu ar cilvēku skaitu darba tirgū.

3. **Inflācija** — vispārēja cenu līmeņa paaugstināšanās ekonomikā.

Inflācijas līmeni raksturo ar cenu indeksa palīdzību.

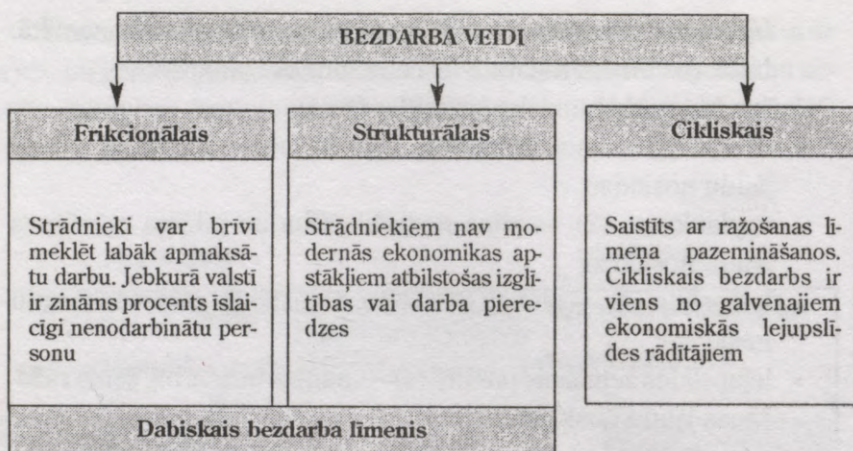
Izšķir šādas ekonomisko svārstību fāzes:

- rosība (1) — nodarbinātības līmenis aug, pieaug ražošanas jaudu noslodze;
- uzplaukums (2) — pilna nodarbinātība un pilnīga ražošanas jaudu noslodze;
- lejupslīde (3) — pieaug bezdarbs, samazinās ražošanas jaudu noslodze;
- lejupslīdes zemākais punkts (4) — augsts bezdarbs, zema ražošanas jaudu noslodze.



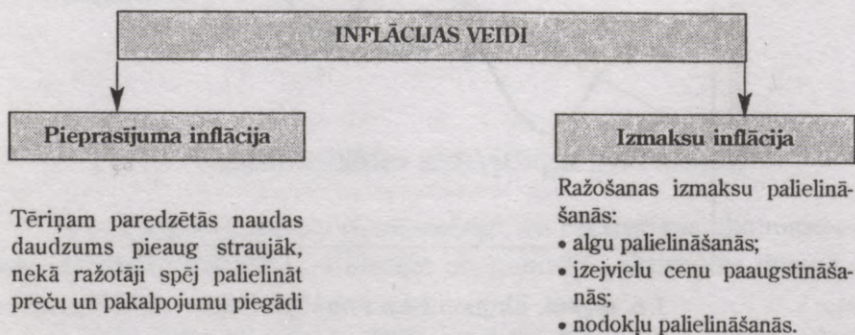
1.6. shēma. Ekonomisko svārstību fāzes

Bezdarbs un inflācija ir divi no svarīgākajiem ekonomiskās aktivitātes rādītājiem, tāpēc nepieciešams tos konkretizēt. (Skatīt 1.7. shēmu.)



1.7. shēma. Bezdarba veidi

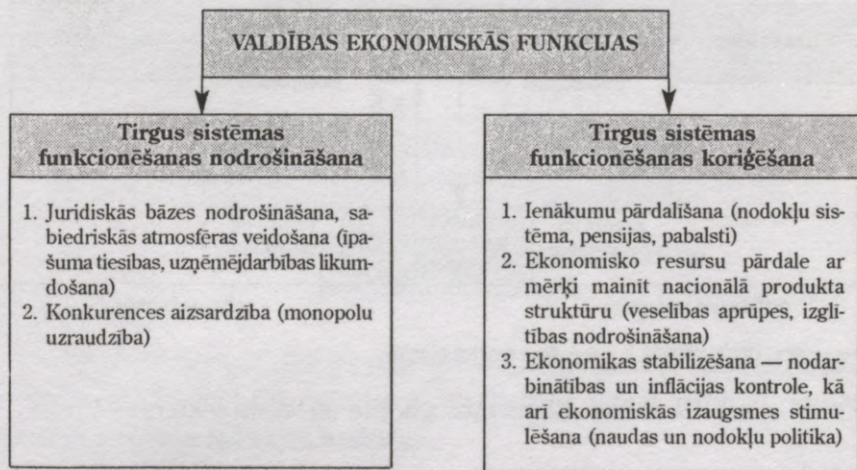
Pastāv arī sezonas bezdarbs, piemēram, lauksaimniecībā, celtniecībā, atpūtas industrijā u. c. Tas ietver arī klimatisko apstākļu izraisīto bezdarbu.



1.8. shēma. Inflācijas veidi

1.1.6. Tirgus regulēšanas mehānisms

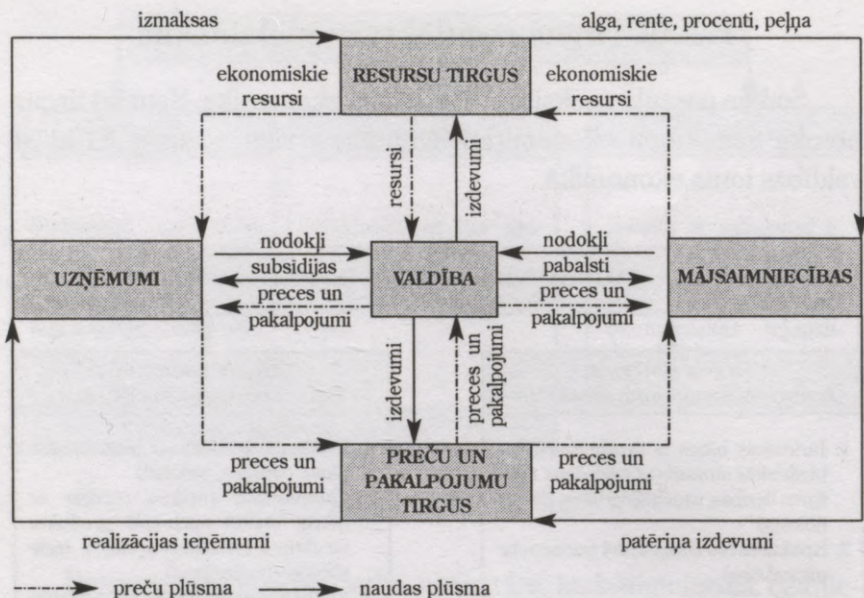
Šodien pasaulē neeksistē "tīra" tirgus ekonomika. Kaut arī tirgus nosaka vairākumu ekonomisko lēmumu, arvien nozīmīgāka kļūst valdības loma ekonomikā.



1.9. shēma. Valdības ekonomiskās funkcijas

Atgriežoties pie ekonomiskās aprites shēmas (1.1.4., 1.5. shēma), to var papildināt ar valdības funkcijām (skatīt 1.10. shēmu).

Uzņēmumi piedāvā preces un pakalpojumus mājāsaimniecībām un valdībai ar preču un pakalpojumu tirgu starpniecību. Mājāsaimniecības un valdība maksā uzņēmumiem par precēm un pakalpojumiem. Mājāsaimniecības un uzņēmumi maksā nodokļus valdībai, valdība piešķir subsīdijas uzņēmumiem un pabalstus mājāsaimniecībām. Valdība nodrošina arī sabiedrisko labumu ražošanu.

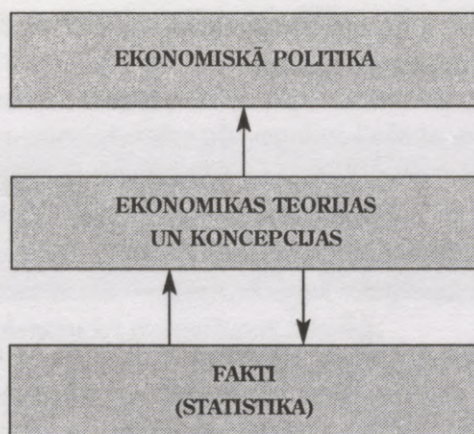


1.10. shēma. Ekonomiskā aprīte un valsts sektors

Kā jau redzējām, valdība izmanto monetāros un fiskālos instrumentus, lai pārraudzītu tirgus mehānismu. Aplūkosim šos jautājumus plašāk.

- **Fiskālā politika** — valsts izdevumu un nodokļu sistēmas izmantošana makroekonomikas pamatmērķu nodrošināšanai. (Jo lielāki ir valsts ieņēmumi, jo vairāk līdzekļu tā var izmantot sabiedrības labklājībai.)
- **Monetārā politika** — naudas apgrozības kontrole.

Lai šīs politikas realizētu, nepieciešams izstrādāt ekonomikas teorijas un koncepcijas, balstoties uz faktu materiāliem.



1.11. shēma. Sakarība starp faktiem, teorijām un politiku ekonomikā

Šim procesam ir ciklisks raksturs — ekonomiskā politika ietekmēs faktus, kuri savukārt radīs nepieciešamību mainīt politiku, tomēr katru reizi tas notiks citā kvalitātē.

1.1.7. Preču un pakalpojumu apmaiņa

Ilgu laiku cilvēces vēsturē pastāvēja tāda sociāli ekonomiskās attīstības forma kā naturālā saimniecība — katrs ražoja savām vajadzībām, un tirgus nebija.

Cilvēka vajadzību daudzveidība prasa arī darba daudzveidību. Ja katram cilvēkam vajadzētu savai iztikai visu sagādāt kā Robinsonam, tad, centīgi strādājot, teicamos klimatiskos apstākļos būtu jādzīvo visai trūcīgi.

Specializācija ražošanā nav jauna parādība. Jau pašā agrīnajā cilvēces attīstības stadijā cilvēki saprata, ka viņu labklājība jūtami pieaugs bez īpašām pūlēm, ja izmantos darba dalīšanu. Katrs grupas loceklis veica vienu no darbības veidiem, piemēram, nodarbojās ar

medībām, zvejniecību, ieroču izgatavošanu utt. Darba dališana savā attīstībā ir izgājusi šādas stadijas.

► Cilvēces vēsturē pirmā lielā darba dališana bija starp zemkopību un lopkopību; otrajā darba dališanā atdalījās amatniecība; trešās darba dališanas rezultātā — tirdzniecība.

Gandrīz visa mūsdienu saimniecība balstās uz darba dališanu, t. i., ražošanas procesa sadali specializētos uzdevumos (operācijās). Katrs darbinieks atbild par vienu operāciju un pilda to visu darba laiku. Tā daudzās nozarēs gatavā prece ir daudzu simtu speciālistu kopējo pūļu rezultāts. Tas spilgti izpaužas rūpniecības nozarēs, kas ražo televizorus, sadzīves elektrotehniku, automašīnas. Šādu sistēmu parastī sauc par *masu ražošanu*.

Darba dališana aptver ne tikai masu ražošanu, bet arī citas cilvēku darbības jomas. Darba dališanas principu izmanto ekonomiskās darbībās visos līmeņos:

- specializācija nozares līmenī (piemēram, naftas, mēbeļu, piena produktu ražošana);
- specializācija firmas līmenī (firma specializējas galaprodukta atsevišķas daļas ražošanā, noteiktu ražošanas procesu veikšanā, piemēram, audumu krāsošanā);
- strādnieku specializācija (LR profesiju klasifikators);
- specializācija reģionu līmenī (valstī noteiktas nozares koncentrējas noteiktos apvidos, piemēram, zvejniecība — piejūras rajonos);
- starptautiskā specializācija (daudzām valstīm ir vēsturiski izveidojušās priekšrocības noteiktu preču ražošanā, piemēram, Šveicei — pulksteņu, Kubai — cukura, Japānai — fotoaparātu, Brazīlijai — kafijas ražošanā).

Darba dališana paredz dažādus darbības veidus, kas dod iespēju katram atrast darbu atbilstoši viņa interesēm un spējām.

Sākoties darba dališanai, radās nepieciešamība mainīties ar precēm, tai sekoja nepieciešamība pēc naudas. Ja šāda maiņa notiek, tad var runāt par tirgu, jo tirgus faktiski ir preču ekvivalenta maiņa. Var teikt, ka viss nepieciešamais cilvēka dzīvei ir prece. Cilvēku attiecības ir pastarpinātas ar preču maiņu. Pagātnē naudas vietā tika izmantotas daudzas lietas — gliemežnīcas, zilonkauls, sāls. Nauda ir tas, ko cilvēki pieņem kā maksāšanas līdzekli.

Šodien kā samaksu par precī pieņem papīra gabaliņus (banknotes). Banknotēm pašām vērtības nav, tas ir parasts papīrs. Tās kļūst par naudu tikai tad, kad visi piekrīt to pieņemt par maksāšanas līdzekli.

Nauda pašlaik pieder pie sarežģītākajām ekonomikas problēmām.

Pašlaik ir pieņemta atziņa:

*Nauda ir tas, ko parasti pieņem
apmaiņai pret precēm un pakalpojumiem*



Naudas būtība parādās tās galvenajās funkcijās:

- nauda kā vērtības mērs (preces vai pakalpojuma vērtība naudā ir cena);
- nauda kā apgrozības līdzeklis (par darbu cilvēki saņem naudu, par to iegādājas preces utt. — prece—nauda—prece);
- nauda kā bagātības uzkrāšanas līdzeklis;
- nauda kā maksāšanas līdzeklis.

Kā jau zinām, cilvēka saimnieciskās darbības mērķis ir apmierināt savas vajadzības. Vajadzību apmierināšanai izmantojamos materiālos līdzekļus un pakalpojumus sauc par precī. Ekonomikā vārdam *vērtība* ir īpaša nozīme kā vērtībai maiņas procesā, t. i., lietas vērtību

nosaka priekšmeti, pret kuriem to var apmainīt. Piemēram, ja zirgu var apmainīt pret kaķi, tad kaķa vērtība ir viens zirgs.

Preces cena, izteikta naudā, ir tās maiņas vērtības mērs. Tā parāda, cik maksā konkrētā lieta attiecībā pret citām. Tā kā gandrīz visu preču un pakalpojumu cenas ir izteiktas naudā, viegli atrast to vērtību savstarpējās attiecības. Piemēram, ja šampūns maksā Ls 2, bet šokolādes tāfelīte Ls 1, skaidrs, ka viena šampūna vērtība līdzinās divu šokolādes tāfelīšu vērtībai.

Darba alga ir darba cena. Ja darba cena ir Ls 2 stundā, tas nozīmē, ka vienas darba stundas vērtība ir to preču un pakalpojumu apjoms, ko var nopirkt par Ls 2.

Jebkura cilvēka ienākumi ir ierobežoti. Līdz ar to viņš nevar apmierināt visas savas vajadzības. Katrs cilvēks kā patērētājs sastopas ar racionālās izvēles problēmu, t. i., kā no plašā preču un pakalpojumu klāsta izvēlēties tieši viņam nepieciešamās. Patērētājs subjektīvi novērtē priekšrocības, kādas ir vienai precei un tās daudzumam attiecībā pret otru. Lai tās salīdzinātu, izmanto preces derīgumu. Tas ir abstrakts jēdziens, kas rāda, kādu vajadzību apmierināšanu gūst cilvēks, patērējot preci vai pakalpojumu. Patērētājs preces vai pakalpojuma derīgumu nosaka subjektīvi, jo katrs cilvēks to novērtē atšķirīgi. Piemēram, vienam derīgāks liksies jauns krāsu televizors, bet citam jauns ziemas mētelis.

Labumu, ko saņem indivīds no vēl vienas preces vai pakalpojuma patērēšanas, sauc par galējo jeb robežderīgumu. Loģiski, ka robežderīgums samazinās, pastāvīgi patērējot kādu preci vai pakalpojumu. Piemēram, ja izsalcis cilvēks apmierinās savu ēstgribu ar karstiem pīrādziņiem, tad pirmie pīrādziņi viņam liksies ļoti gardi, bet pēc piektā vai sestā pīrādziņa vairs negribēsies tos redzēt.

1.2. PIEPRASĪJUMA UN PIEDĀVĀJUMA TEORIJAS PAMATI

1.2.1. Pieprasījums

Iepriekšējā nodaļā runājām par vajadzībām un to apmierināšanu. No vajadzībām izriet pieprasījums pēc noteiktām precēm. Šajā nodaļā apskatīsim pieprasījumu.

Kas tad ir pieprasījums?

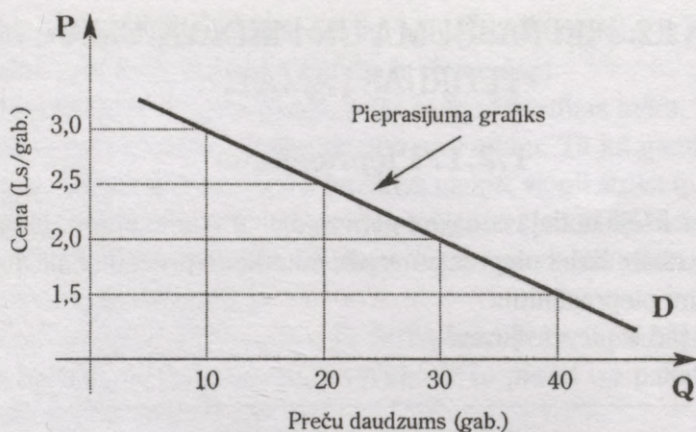


*Pieprasījums ir produkta
(resursa) daudzums, kuru patērētāji
(ražotāji) ir gatavi pirkt par noteiktu cenu,
noteiktā laikā un vietā*

Pieprasījums ir pircēja uzvedības atspoguļojums. Vispārīgā veidā pieprasījuma likums ir šāds: *jo zemākas ir preču cenas, jo vairāk produkta pērk; jo augstākas cenas, jo mazāk pērk*. Lai ilustrētu šo pieprasījuma likumu, apskatīsim piemēru ar audiokasetēm.

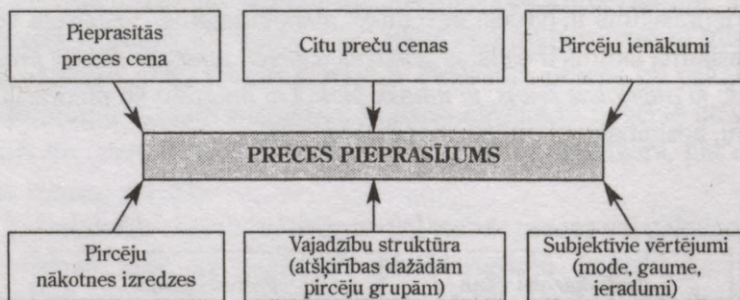
1.1. tabula

Audiokasešu cena (Ls/gab.)	Pieprasījums (gab./nedēļā)
3,00	10
2,50	20
2,00	30
1,50	40



1.12. shēma. Pieprasījuma atkarība no cenas

Pieprasījums pēc kāda produkta ir atkarīgs no daudziem faktoriem. Šie faktori parādīti nākamajā shēmā.



1.13. shēma. Pieprasījumu ietekmējošie faktori

Izmaiņas vienā vai vairākos faktoros var palielināt vai samazināt pieprasījumu. Ja sākot ar rītdienu gaļas cenas celtos par 20%, ievērojami kristos pieprasījums, jo daļa cilvēku to vairs nepirktu. Ja pieprasījums pēc gaļas samazinātos vairāk par 20%, tad pieprasījums būtu *elastīgs*.

No otras puses, ja elektrības tarifi palielinātos par 20%, pieprasījums pēc elektrības, iespējams, nekrītos par 20% — tāpēc, ka cilvēkiem joprojām to vajadzēs lietot. Šajā gadījumā pieprasījums būtu *neelastīgs*.

*Pieprasījuma elastīgums ir atkarīgs
no tirgus cenu (P) svārstībām un parādās
pieprasīto preču daudzuma (Q) izmaiņās*



Lai noteiktu, vai pieprasījums ir elastīgs vai neelastīgs, lieto šādu formulu:

$$E = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%}$$

, kur E — pieprasījuma elastīguma koeficients,

$\Delta Q\%$ — nopirkto preču daudzuma izmaiņas procentos;

$\Delta P\%$ — cenu izmaiņas procentos.

Piemērs

Preces A cena palielinās no Ls 1,50 līdz Ls 1,75, tā rezultātā pieprasījums krītas no 1000 preču vienībām līdz 600 vienībām. Pieprasījuma elastīgumu var aprēķināt šādi:

$$\Delta Q\% = \frac{600 - 1000}{1000} \times 100 = 40\% \quad (\text{pirkto preču daudzums samazinājies par } 40\%)$$

$$\Delta P\% = \frac{1,75 - 1,50}{1,50} \times 100 = 16,7\% \quad (\text{cenas palielinājušās par } 16,7\%)$$

$$E = \frac{40}{16,7} = 2,4$$

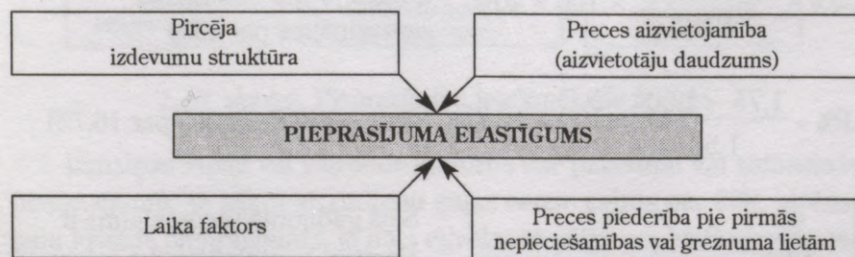
Šajā gadījumā pieprasījums ir elastīgs, jo mainījies 2,4 reizes straujāk nekā cenas.

Jūs varat noteikt, vai pieprasījums ir elastīgs vai neelastīgs, izmantojot 1.2. tabulu.

1.2. tabula

Elastīguma koeficients	Terminoloģija	Terminu skaidrojums
$E = \infty$	Absolūti elastīgs pieprasījums	Pieprasītās produkcijas izmaiņas ir nesamērīgi lielas, salīdzinoši maz mainoties vai pat nemainoties cenām
$E > 1$	Elastīgs vai relatīvi elastīgs pieprasījums	Pieprasītās produkcijas procentuālā izmaiņa ir lielāka nekā cenas procentuālā izmaiņa
$E = 1$	Vienādi elastīgs pieprasījums	Pieprasītās produkcijas procentuālā izmaiņa ir vienāda ar cenas procentuālo izmaiņu
$E < 1$	Neelastīgs vai relatīvi neelastīgs pieprasījums	Pieprasītās produkcijas procentuālā izmaiņa ir mazāka nekā cenas procentuālā izmaiņa
$E = 0$	Absolūti neelastīgs pieprasījums	Pieprasītās produkcijas daudzumu neietekmē cenas izmaiņas

Arī pieprasījuma elastīgums ir atkarīgs no vairākiem faktoriem, kas atspoguļoti nākamajā shēmā.



1.14. shēma. Pieprasījuma elastīgumu ietekmējošie faktori

1.2.2. Piedāvājums

Nav pieprasījuma bez piedāvājuma. Šajā apakšnodaļā aplūkosim piedāvājumu.

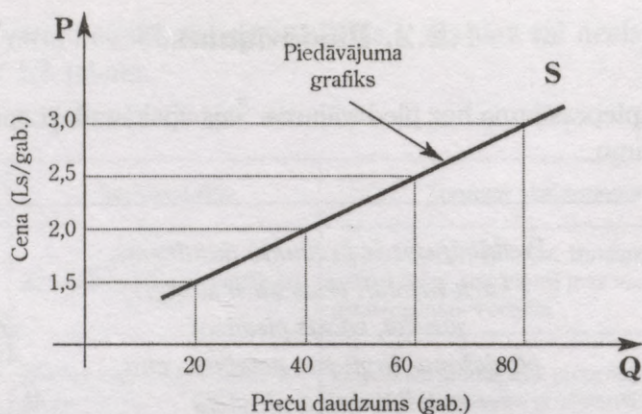
*Piedāvājums ir produkta daudzums,
kuru ražotāji vēlas un ir spējīgi
saražot, kā arī piedāvāt
pārdošanai tirgū par noteiktu cenu,
noteiktā laikā un vietā*



Piedāvājums ir pārdevēja (ražotāja) izpausme. Vispārīgā veidā piedāvājuma likums ir šāds: *pārdevējs piedāvās vairāk preču, ja šo preču cenas būs augstākas*. Lai ilustrētu šo likumsakarību, apskatīsim piemēru ar audiokasetēm, tikai no pārdevēja viedokļa.

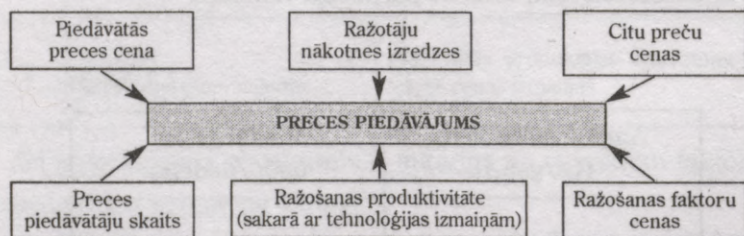
1.3. tabula

Audiokasešu cena (Ls/gab.)	Piedāvājums - (gab./nedēļā)
3,00	80
2,50	60
2,00	40
1,50	20



1.15. shēma. Piedāvājuma atkarība no cenas

Protams, arī jebkuras preces piedāvājums ir atkarīgs no vairākiem faktoriem, tie parādīti 1.16. shēmā.



1.16. shēma. Pieprasījumu ietekmējošie faktori

Pārdevēja atbildes reakciju uz cenas izmaiņām sauc par piedāvājuma elastīgumu.



Piedāvājuma elastīgums raksturo ekonomisko rīcību, kas izpaužas piedāvāto jeb pārdodamo preču daudzuma izmaiņās

Galvenais faktors, kas nosaka piedāvājuma elastīgumu, ir laiks, kas ir ražotāja rīcībā.

Piedāvājuma elastīguma koeficientu nosaka pēc tās pašas formulas, kā pieprasījuma elastīguma koeficientu:

$$E = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%}$$

Preces piedāvājums ir *elastīgs*, ja pārdošanā esošais preču daudzums ir viegli un ātri maināms.

Preces piedāvājums ir *neelastīgs*, ja to daudzums pārdošanā nav viegli maināms

Kopumā ņemot, lielākajai preču daļai piedāvājums ir elastīgs. Tomēr pilnīgākai izpratnei aplūkosim arī piedāvājuma elastīguma noteikšanas tabulu.

1.4. tabula

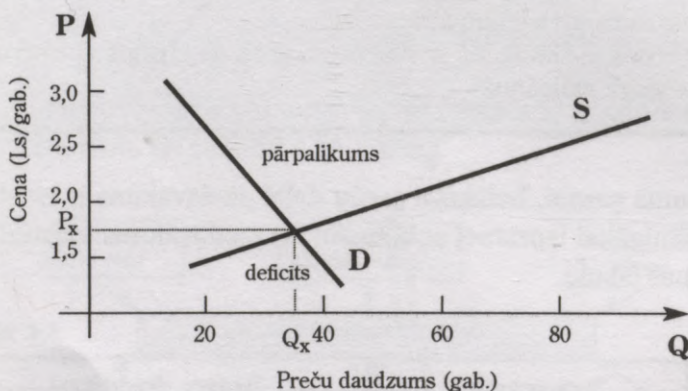
Elastīguma koeficients	Terminoloģija	Terminu skaidrojums
$E = \infty$	Absolūti elastīgs pieprasījums	Piedāvātās produkcijas izmaiņas ir nesamērīgi lielas, salīdzinoši maz mainoties vai pat nemainoties cenām
$E > 1$	Elastīgs vai relatīvi elastīgs pieprasījums	Piedāvātās produkcijas procentuālā izmaiņa ir lielāka nekā cenas procentuālā izmaiņa
$E = 1$	Vienādi elastīgs pieprasījums	Piedāvātās produkcijas procentuālā izmaiņa ir vienāda ar cenas procentuālo izmaiņu
$E < 1$	Neelastīgs vai relatīvi neelastīgs pieprasījums	Piedāvātās produkcijas procentuālā izmaiņa ir mazāka nekā cenas procentuālā izmaiņa
$E = 0$	Absolūti neelastīgs pieprasījums	Piedāvātās produkcijas daudzumu neietekmē cenas izmaiņas

1.2.3. Analīze

Tirgus ekonomikā cena ir vispārīgs faktors, kas ietekmē gan preču pieprasījumu, gan piedāvājumu. Tā kā firmas nosaka, kuras preces piedāvāt, pircēji nosaka, kuras pirkt, tad gan piedāvātāji, gan patērētāji ietekmē preču cenas.

Preču daudzums, kas tiek pieprasīts, un daudzums, ko piedāvā, būs vienāds pie kādas noteiktas cenas. Šo cenu sauc par **līdzsvara cenu**.

Lai to parādītu, izmantosim pieprasījuma likni no 1.2.1. apakšnodaļas un piedāvājuma likni no 1.2.2. apakšnodaļas (par audiokasetēm).



1.17. shēma. Līdzsvara cenas veidošanās

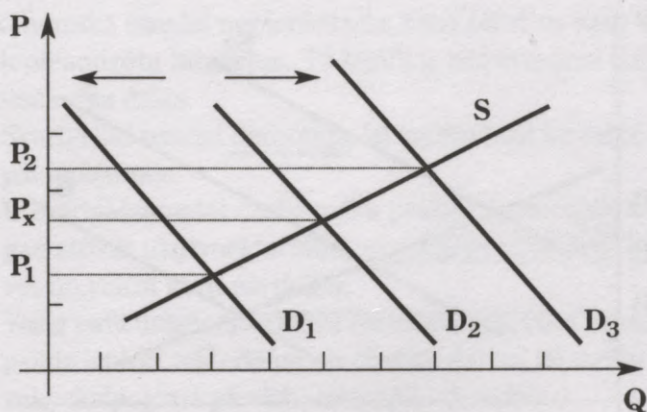
P_x — **līdzsvara cena**, šajā gadījumā tā ir Ls 1,75

Q_x — **līdzsvara preču daudzums**, kas tiek piedāvāts un pirktis pie cenas Ls 1,75, šajā gadījumā ir ≈ 37 vienības.

Ja cena ir augstāka nekā līdzsvara cena, tad par šādu cenu pieprasa mazāk preču nekā piedāvā un rodas preču **pārpalikums**.

Ja cena ir zemāka nekā līdzsvara cena, tad par šādu cenu pieprasa vairāk preču nekā piedāvā un rodas preču **deficīts**.

Ja mainās patērētāju gaume, patērētāju ienākumi un citu preču cenas, tad pieprasījuma likne pārvietojas vai nu pa labi, vai pa kreisi. Tas uzskatāmi attēlots 1.18. shēmā.



1.18. shēma. Pieprasījuma izmaiņas

Kādos gadījumos pieprasījuma likne pārvietosies pa labi un kādos pa kreisi?

Pa kreisi

- ja pircēju ienākumi samazināsies
- ja prece izies no modes
- ja samazināsies preces aizvietotāju cenas
- ja precei beigsies sezona

Pa labi

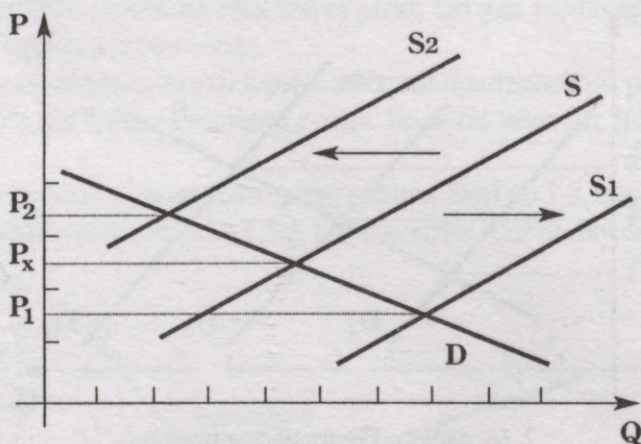
- ja pircēju ienākumi palielināsies
- ja prece nāks modē
- ja palielināsies preces aizvietotāju cenas
- ja precei sāksies sezona

Protams, līdz ar pieprasījuma liknes pārvietošanos mainās arī līdzsvara cena.

Līdzīgi var pārvietoties arī piedāvājuma likne. Ja mainās resursu

cenas, ražošanas tehnoloģija, citu preču cenas, nodokļi un dotācijas, piedāvājuma likne var pārvietoties pa kreisi vai pa labi.

Uzskatāmi tas attēlots nākamajā shēmā.



1.19. shēma. Piedāvājuma izmaiņas

Tagad apskatīsim gadījumus, kuros piedāvājuma likne pārvietosies pa kreisi un kuros pa labi.



Pa kreisi

- ja būs kāda ražošanas faktora cenas (izmaksu) pieaugums
- ja pasliktināsies tehnoloģija
- ja tiks ieviests vai palielināts nodoklis par šo preci

Pa labi

- ja samazināsies kāda ražošanas faktora cenas (izmaksas)
- ja uzlabosies tehnoloģija
- ja tiks piešķirtas dotācijas vai kādi citi atvieglojumi

Sakarā ar piedāvājuma liknes pārvietošanos, protams, mainās arī līdzsvara cena.

1.3. RAŽOŠANAS PAMATI

1.3.1. Biznesa ekonomiskā aprīte

Ekonomikā naudai nepieciešams brīvi plūst pa sava veida apli, lai tālāk pieaudzētu līdzekļus. Tādējādi ir trīs svarīgas uzņēmējdarbības pasākuma daļas.

1. Svarīgi likt naudai darboties, lai varētu kaut ko ražot vai sniegt pakalpojumus.
2. Ir svarīgi izmantot darbaspēka prasmi un enerģiju un tādējādi gan attīstīt uzņēmējdarbību, gan sniegt cilvēkiem iespēju dzīvot un vairoties savu pārticību.
3. Vajag radīt uzņēmējdarbības (biznesa) apli, kurā ieguldītā nauda palīdz iepirkt materiālus un cilvēku darbu, lai radītu produkta vai pakalpojuma pievienoto (papildu) vērtību.

Lai veiktu šo uzņēmējdarbības apli, jāievēro šādi noteikumi.

1. Radītais produkts vai pakalpojumi jāpārdod ar peļņu vai nu vietējā, vai ārējā tirgū.
2. Iegūtā peļņa jāiegulda papildu materiāla un darba iepirkšanā, lai uzturētu ražošanas un pārdošanas apli un palīdzētu uzņēmējdarbībai augt.
3. Darbinieki savu algu vai atvaļinājumu patērē, apmierinot dažādas vajadzības, kas savukārt uztur daudzus citus dotās ekonomikas uzņēmējdarbības (biznesa) aplis.

Šādā biznesa ciklā izšķir trīs galvenos sektorus, kuros darbojas dažāda veida uzņēmumi un firmas.

Pirmais sektors — izejvielu (smilts, grants, māls utt.) ieguve, mežsaimniecība, zemkopība, zvejniecība. Pirmajā sektorā ietilpst enerģijas ražošana — termoelektrostacijas, atomelektrostacijas, cementa un citu celtniecības materiālu rūpnīcas.

Otrais sektors — pārstrāde, pārveidošana un ražošana. Tajā ir pārstrādes uzņēmumi, tēraudlietuves, rūpnīcu iekārtu un mašīnu ražošana, plaša patēriņa preču ražošana.

Trešais sektors — uzņēmējdarbība, kas izplata un pārdod saražotās preces. Transporta firmas, kas preces piedāvā vairumā no noliktavām uz mazumtirdzniecības punktiem. Šajā sektorā ietilpst pakalpojumi, kurus sniedz bankas, apdrošināšanas sabiedrības, sakaru iestādes, juridiskās un izglītības iestādes.

Iespējama uzņēmumu darbība vairākos sektoros.

Daudzi uzņēmumi atrodas tikai vienā sektorā un pārdod savu produkciju nākamajam. Izejvielu ieguvēji, piemēram, pārdod smiltis un granti celtniecības materiālu ražotājiem, bet zālesplāvēju ražotāji pārdod tos vairumtirgotājiem.

Tomēr dažas firmas darbojas divos vai pat trijos sektoros, piemēram, firmai ir saimniecības, kurās ražo graudus, maizes ceptuves, kurās iegūtie graudi tiek izcepti maizē, un tālāk veikali, kur pārdod galaproduktu. Šādas firmas gūst peļņu no katra sektora.



Brīvā tirgus pamatprincips ir
pievienot produktam vai pakalpojumam vērtību

Piemēram, grantij, kas atrodas vairāku desmitu metru dziļumā, nav nekādas vērtības, līdz kāds uzņēmums to iegūst, izceļ un aizved uz celtniecības materiālu ražotni. Šajā procesā grantij tiek pievienota vērtība, un tā kļūst par pārdodamu preci.

Aplūkosim piemēru par vērtības pievienošanas procesu vilnas auduma uzvalku ražošanā.

Vilnas auduma uzvalku ražošanai ir šādas stadijas.

1. Zemnieku saimniecība specializējas aitkopībā un pārdod vilnu pārstrādes uzņēmumam par Ls 30 (daudzums, kas nepieciešams vienam uzvalkam).
2. Vilnas pārstrādes uzņēmums šo vilnu pārstrādā un pārdod šūšanas fabrikai audumu par Ls 50 (vienam uzvalkam). Tas nozīmē,

ka uzņēmums ir pievienojis Ls 20 (pievienotā vērtība). Šos līdzekļus uzņēmums izmanto, maksājot algas, renti, procentus, kā arī nodrošinot sev peļņu.

3. Šūšanas fabrika izgatavo uzvalku un pārdod vairumtirgotājiem par Ls 65. Pievienotā vērtība ir Ls 15.
4. Vairumtirdzniecības bāze pārdod uzvalku mazumtirgotājam par Ls 80. Pievienotā vērtība ir Ls 15.
5. Veikalā uzvalku var nopirkt par Ls 100. Pievienotā vērtība ir Ls 20.

1.5. tabula

Ražošanas stadijas	Materiālu vai produkcijas pārdošanas cena (Ls)	Pievienotā vērtība
1.	30	30 (30-0)
2.	50	20 (50-30)
3.	65	15 (65-50)
4.	80	15 (80-65)
5.	100	20 (100-80)

1.3.2. Tirgus veidi

Ekonomiskā sacensība, konkurence ir tirgus saimniecības neatņemama pazīme, uzņēmēju, firmu ekonomiskās rīcības motivācijas nozīmīgs elements. Mikroekonomikas teorijā parasti izšķir četras tirgus struktūras, kas vienlaikus tiek raksturotas kā konkurences veidi.

Dalījumu nosaka šādi kritēriji:

- iespēja ietekmēt tirgu, t. i., praktiski tirgus cenas, par kurām firma realizē savu produkciju;
- firmu (uzņēmumu) skaits, kas darbojas tirgū;
- realizējamās produkcijas veids;
- nosacījumi iekļūšanai kādā nozarē;
- ar cenu nesaistītās konkurences apmēri.

Saskaņā ar šiem kritērijiem ir četras tirgus struktūras.

1. **Tīrā (pilnīgā) konkurence** ir raksturīga tirgus struktūrai, kurā ir liels skaits uzņēmumu, firmu, kuras piedāvā šajā tirgū galvenokārt vienveidīgu produkciju. Vienas firmas ražošanas apjoma izmaiņas tādos apstākļos nespēj ievērojami ietekmēt kopējo produkcijas izlaidi un piedāvājumu. Līdz ar to atsevišķam pārdevējam nekādi nav iespējams paaugstināt cenu virs tā līmeņa, kas izveidojies konkrētās preces koppiedāvājuma un koppieprasījuma rezultātā (tā saucamā līdzsvara cena).
2. **Monopolistiskā konkurence.** Šajā gadījumā tirgos ir daudz firmu, kas ražo līdzīgus produktus. Katra firma cenšas monopolizēt atšķirības ar patentu, licenču un firmas zīmju palīdzību. Jaunai firmai iekļūt šādā tirgū ir salīdzinoši viegli, ja tā var piedāvāt produktu, kas ir atšķirīgs no tirgū esošajiem un apmierina kādas jaunas pircēju vajadzības. Katra firma var nedaudz kontrolēt cenu. Piemēram, apavu un apģērbu ražošana.
3. **Oligopols** raksturīgs tirgus struktūrai, kurā konkurē neliels skaits pārdevēju, bet jaunām firmām iekļūšana nozarē ir apgrūtināta vai pat neiespējama. Oligopolu varenība slēpjas lielražošanā, resursu centralizācijā un ražošanas koncentrācijā.
4. **Monopols** ir tīrās konkurences pretstats. Tā ir tirgus struktūra, kur precei vai pakalpojumam ir viens pārdevējs. Piemēram, "Latvenergo", "Lattelekom". Jaunai firmai šādā tirgū

faktiski nav iespēju iestāties. Monopola firma var pilnībā kontrolēt cenu un piedāvājumu.

1.6. tabulā apkopoti visi tirgus veidi un to atšķirīgās iezīmes.

1.6. tabula

Raksturīgās iezīmes	Tirā konkurence	Monopolistiskā konkurence	Oligopols	Monopols
Uzņēmumu skaits	Ļoti daudz	Daudz	Daži	Viens
Produkta veids	Vienveidīgs	Diferencēts	Vienveidīgs vai diferencēts	Unikāls, bez tuviem aizvietotājiem
Cenu kontrole	Neeksistē	Neliela (konkurenti cenšas konkurēt nevis ar cenām, bet ar savu produkciju)	Ierobežota ar savstarpēju atkarību, ievērojama slepenas vienošanās gadījumā	Ievērojama
Iestāšanās iespējas nozarē	Ļoti viegli, bez šķēršļiem	Salīdzinoši viegli	Ievērojami šķēršļi	Bloķēta
Konkurence, kas nav saistīta ar cenu	Neeksistē	Liels uzsvars uz reklāmu, firmas zīmēm, markām, licencēm	Ļoti raksturīga diferencēta produkta gadījumā	Galvenokārt reklāma, kas saistīta ar sabiedriskām organizācijām
Piemēri	Lauksaimniecība	Mazumtirdzniecība, apģērbu un apavu ražošana	Automašīnu ražošana, naftas kompānijas	Vietējās komunālās saimniecības

1.3.3. Ražošanas izmaksas

Iepriekšējā nodaļā mēs apskatījām pieprasījumu un piedāvājumu, tirgus struktūras utt. Šajā apakšnodaļā pievērsīsimies ražošanas izmaksām.

Kas ir ražošanas izmaksas?



*Izmaksas ir izdevumi par resursiem,
kuri rodas, uzņēmumam ražojot un
pārdodot tā produkciju*

Jebkurai precei (produktam vai pakalpojumam) vienmēr ir daudz un dažādas izmaksas:

- izejmateriālu iegāde;
- strādnieku darba apmaksa;
- tehnikas ekspluatācija;
- ēku uzturēšana;
- administrācijas darba apmaksa u. c.

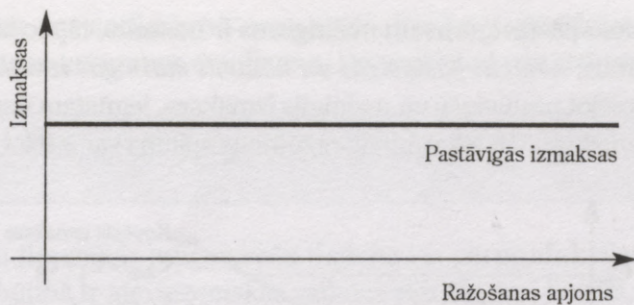
Visas šīs izmaksas var iedalīt pastāvīgajās un mainīgajās izmaksās.

*Pastāvīgās izmaksas nav atkarīgas
no ražošanas apjoma izmaiņām*

Galvenās pastāvīgo izmaksu sastāvdaļas ir šādas.

1. Uzņēmuma uzturēšanas izmaksas, kurās ietilpst aizdevuma procents, maksa par zemi, ēku un tehnikas nolietojanās, komunālie maksājumi.
2. Uzņēmuma vadības izmaksas.

Varētu teikt, ka pastāvīgās izmaksas ir vienmēr tās pašas neatkarīgi no tā, vai neražo neko vai ražo daudz. To var attēlot arī grafiski.



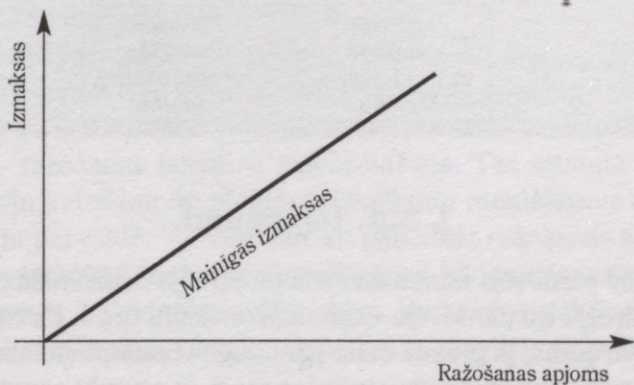
1.20. shēma. Pastāvīgās izmaksas

Mainīgās izmaksas ir izmaksas, kuru lielums mainās atkarībā no ražošanas apjoma

Galvenās mainīgo izmaksu sastāvdaļas:

- materiālu, izejvielu, energoresursu izmaksas;
- gabaldarba samaksa ražojošajam personālam.

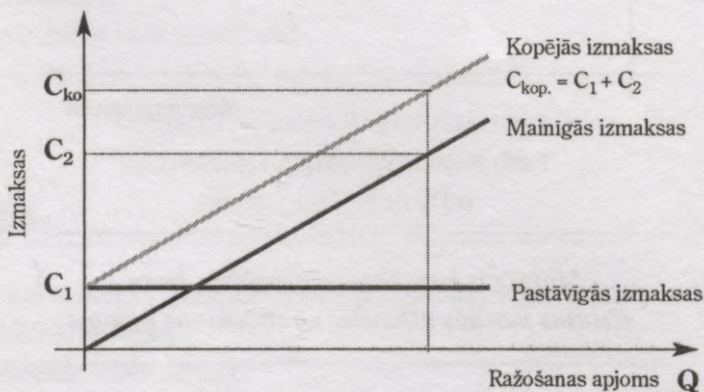
Jo vairāk ražo, jo lielākas ir mainīgās izmaksas. To var attēlot grafiski.



1.21. shēma. Mainīgās izmaksas

Izmaksu pastāvīgums un mainīgums ir nosacīts, tāpēc bieži lieto apzīmējumus: *nosacīti pastāvīgās un nosacīti mainīgās izmaksas*.

Summējot pastāvīgās un mainīgās izmaksas, iegūstam uzņēmuma kopējās izmaksas. To atkarību no ražošanas apjoma var attēlot grafiski.



1.22. shēma. Kopējās izmaksas

Uzņēmuma kopējās izmaksas var noteikt ne tikai grafiski, bet, arī izmantojot izteiksmi:

Kopējās izmaksas =	<table border="1" style="margin: auto; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">Pastāvīgās izmaksas uz produkcijas vienību</td> <td style="padding: 5px; text-align: center;">+</td> <td style="padding: 5px;">Mainīgās izmaksas uz produkcijas vienību</td> </tr> </table>	Pastāvīgās izmaksas uz produkcijas vienību	+	Mainīgās izmaksas uz produkcijas vienību	x Ražošanas apjoms
Pastāvīgās izmaksas uz produkcijas vienību	+	Mainīgās izmaksas uz produkcijas vienību			

1.3.4. Ieņēmumi

Pastāv pārdevēja minimālā cena un pircēja maksimālā cena, kas motivē pircēju un pārdevēju ekonomisko rīcību tirgū. Pircējs atteiksies no darījuma, ja preces cena pārsniegs viņam pieņemamo maksimālo līmeni, bet pārdevējs nepārdos preci, ja nevarēs saņemt viņam pieņemamo minimālo cenu. Normālos apstākļos, ievērojot šos iero-

bežojumus, var notikt brīva cenu spēle. Pārdevēja ienākumi ir atkarīgi no cenas un preces daudzuma, kuru pārdod par attiecīgo cenu.

$$\text{Ieņēmumi} = \text{cena} \times \text{pārdoto preču daudzums}$$

Cenu limenis ir jutīgs preču deficīta vai pārprodukcijas indikators, tas būtībā ir atgriezeniskās saiknes signāls, kas liecina, ka ražošana un piedāvājums apmierina pieprasījumu. Augsta cena salīdzinājumā ar ražošanas izmaksām un prāva papildu peļņa signalizē par preču trūkumu. Turpretī zema cena un izputēšanas draudi liecina par preču pārpalikumu.

Pieprasījuma likne raksturo preču ekonomisko rīcību atkarībā no cenu līmeņa. Augsta cena nosaka mazu pieprasījumu, bet, cenai pazeminoties, pieprasījums aug. Te saskaramies ar divām jaunām problēmām, t. i., pircēju sociāli ekonomiskās izdzīvošanas nosacījumiem un viņu vajadzību apmēriem. Tāda ekonomiska rīcība ir saistīta ar ienākumu efektu. Katra cilvēka ienākums parasti ir noteikts, ierobežots lielums. Ja kādai precei cena pazeminās, rodas iespēja dotā ienākuma robežās palielināt šīs preces pirkumu. Turpretī, ja preces cena aug, pirk spēja samazinās. Tālāk apskatīsim, kā veidojas cenas dažāda veida tirgos.

Tīrā konkurencē tirgus cena ir tādā līmenī, kurā kopīgais piedāvājuma apjoms vienāds ar nozares produkta kopīgo pieprasījuma apjomu. Tīrā konkurencē, ja firma nespēj ietekmēt cenu, paliek alternatīva — ražošanas izmaksu samazināšana. Tas stimulē jaunāko tehnoloģiju lietošanu un efektīvu risinājumu meklējumus arī organizācijā un pārvaldē. Var censties arī palielināt ražošanas apmērus.

Monopolistiskā konkurencē pircējs lemj, kādu cenu ir vērts maksāt par preces individuālajām īpatnībām. Preces augstākā cena nevis atbaida, bet piesaista pircēju, ja precei ir pievilcīgas individuālās atšķirības.

Oligopolā lielle uzņēmumi var vienoties par cenām un ražošanas

apjomu. Oligopoli stingri diferencēto produkciju pārdod par augstām monopolcenām. Tajā pašā laikā, realizējot daļu citas produkcijas, tirgus iekarošanas nolūkā par zemām, tā saucamajām dempinga, cenām viņi var pat pilnībā nekompensēt ražošanas izmaksas. Lielo apvienību ietvaros produkcijas realizācija starp to uzņēmumiem dažkārt notiek par speciālām norēķinu cenām.

Monopola tirgū pārdevējs-monopolists diktē cenas. Monopolists var realizēt cenu diskriminācijas politiku — noteikt dažādiem pircējiem atšķirīgas cenas vienai un tai pašai precei. Taču monopolists nevar paaugstināt cenu, nezaudējot pārdošanas apjomu. Arī valsts var iejaukties monopolu cenu veidošanā.

1.3.5. Analīze

Uzņēmuma firmas rīcības pamatmotīvs tirgū un vienlaikus arī darbības dzenulis ir peļņa. Peļņas saņemšana ir katra uzņēmuma ekonomiskās izdzīvošanas nosacījums.

$$\text{Peļņa} = \text{Ieņēmumi} - \text{izmaksas}$$

Palūkosimies uz ražošanas izmaksu, ieņēmumu un peļņas kop-sakaru dažādos tirgus veidos.

Tīrā konkurencē, ja produkta cena tirgū pārsniedz tā ražošanas vidējās izmaksas, firma gūst peļņu. Ja produkta cena vienāda ar vidējām izmaksām, firma gūst nulles peļņu. Ja tirgus cena ir zemāka par vidējām izmaksām, firmai ir zaudējumi.

Monopolistiskās konkurences gadījumā maksimālās peļņas meklējumos var mainīt trīs faktorus:

- produktu;
- cenu;
- reklāmu.

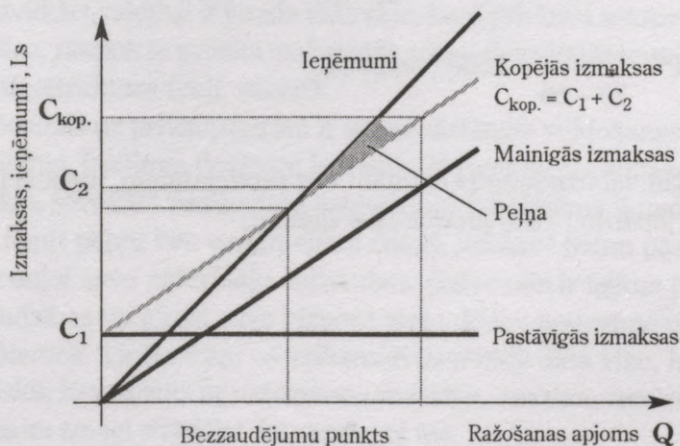
Katrai kombinācijai ir jaunas izmaksas un realizācijas ieņēmumi.

Oligopols ir varens ekonomisks spēks, kas kontrolē dažu nozaru produkcijas noteicošās daļas ražošanu, tirgu, cenšas ierobežot konkurenci un pārdošanas nosacījumus, lai iegūtu augstu peļņu.

Starp lielākajiem uzņēmumiem notiek asa konkurence, kuras rezultātā daļai uzņēmumu rodas lieli zaudējumi. Lai no tiem izvairītos un nodrošinātu noteiktu ietekmi tirgū, lielie uzņēmumi sāk slēgt līgumus, vienojas par cenām, tirgus sadali, ražošanas apmēriem, jaunas tehnikas un tehnoloģijas ieviešanu.

Monopolā tieši monopolstāvoklis dod iespēju piegādātājam noteikt monopolcenas, kas pārdošanas variantā ir augstākas par cenu tirās konkurences apstākļos. Šādas ekonomiskas rīcības mērķis ir iegūt monopolpeļņu.

Ieņēmumu, izmaksu un peļņas kopsakarū vispārīgā veidā var attēlot grafiski, papildinot 1.22. shēmu.



1.23. shēma. Ieņēmumu, izmaksu un peļņas kopsakarū

Bezzaudējumu punkta atrašana ir svarīga jebkura uzņēmuma darbībai. Tas parāda, cik preču vienību ir jāpārdod par noteikto cenu, lai nosegtu izmaksas. Bezzaudējumu punktā ieņēmumi ir vienādi ar izmaksām.

Ja pārdoto preču apjoms ir lielāks, uzņēmums saņems peļņu, ja mazāks — cietīs zaudējumus

Bezzaudējumu punktu var atrast pēc šādas formulas:

$$\text{BZP} = \frac{\text{pastāvīgās izmaksas}}{\text{Cena} - \text{mainīgās izmaksas uz produkcijas vienību}}$$

Piemēram, ja preces cena ir Ls 70, pastāvīgās izmaksas Ls 15 000 mēnesī, bet mainīgās izmaksas ir Ls 60 uz produkcijas vienību, tad

$$\text{BZP} = \frac{1500}{70 - 60} = 1500 \text{ (vienības)}$$

Tātad, lai uzņēmums strādātu bez zaudējumiem, mēnesī ir jāsa-ražo un jāpārdod 1500 produkcijas vienību.

UZŅĒMĒJDARBĪBAS PAMATI

2.1. UZŅĒMĒJDARBĪBAS IESPĒJAS

2.1.1. Uzņēmējdarbības pamatjēdzieni

Lai sāktu uzņēmējdarbību, nepieciešama drosmē ieguldīt savus līdzekļus mērķa sasniegšanā, "ciņā" ar konkurentiem. Vārds *uzņēmējdarbība* liecina, ka cilvēkam, kas veido uzņēmumu, ir jābūt uzņēmīgam.

Savukārt valdībai ir jārada tāda vide, kurā privātais sektors varētu attīstīties. Jāsakārto privātā īpašuma tiesības, tiesiskā sistēma un jāattīsta infrastruktūra (ceļi, sakari).

Tiesības uz privātīpašumu ir tirgus sistēmas veidošanas pamatnosacījums. Īpašuma tiesībām ir jāstimulē resursu ieguldīšana ražošanā, kas savukārt paaugstina sabiedrības labklājības līmeni. Vēlēšanās iegūt peļņu liek uzņēmējiem riskēt, uzsākot jaunu pasākumu un īstenojot savu patērētāju vajadzības. Galvenais ir laikus pamanīt šīs vajadzības un atrast sava biznesa ideju. Risks nenozīmē atkarību no veiksmes. Tieši otrādi — veiksmīgi uzņēmēji dara visu, lai mazinātu risku, kas saistīts ar uzņēmumu radīšanu, nosakot sasniedzamus mērķus un smagi strādājot, lai sasniegtu tos.

Sākot uzņēmuma veidošanu, nepieciešams visu rūpīgi pārdomāt un izplānot, kā arī godīgi atbildēt sev uz šādiem jautājumiem.



- Kāpēc es gribu nodarboties ar uzņēmējdarbību?
(personiskie mērķi)
- Vai man patiks to darīt?
- Vai man ir pietiekama pieredze un zināšanas?
- Vai cilvēkiem mans uzņēmums ir vajadzīgs?

Pirms uzņēmuma izveidošanas ir ļoti svarīgi izstrādāt biznesa plānu, kas ļautu konstatēt problēmas pirms to rašanās un atrast iespējamo risinājumu. Pēc rūpīga plāna izstrādāšanas ieteicams uzrakstīt vēl vienu (sliktākai situācijai), kurā ieņēmumi samazināti uz pusi un izmaksas palielinātas. Tas samazina risku un palielinās veiksmes iespējas, jo parādīs, kas varētu notikt vissliktākajā gadījumā.

Iepriekšējā tēmā jau noskaidrojām, ka sabiedrības dzīves motivācija ir vajadzības un vēlmes, kuru rezultātā veidojas nepieciešamība ieguldīt resursus, ražot, apmainīties ar saražoto.

Saimniekošanas pieredze rāda, ka ne vienmēr individuālā darbošanās ir mazāk efektīva nekā labi organizēts kolektīvs darbs. Katra indivīda rīcība šajā procesā var būt dažāda — var ieguldīt tikai kapitālu, dibināt uzņēmumu vai ieguldīt (pārdot) tikai savu darbu. Uzskatāmi tas attēlots 2.1. shēmā.

Jebkuras valsts tautsaimniecības pamats ir uzņēmējdarbība.



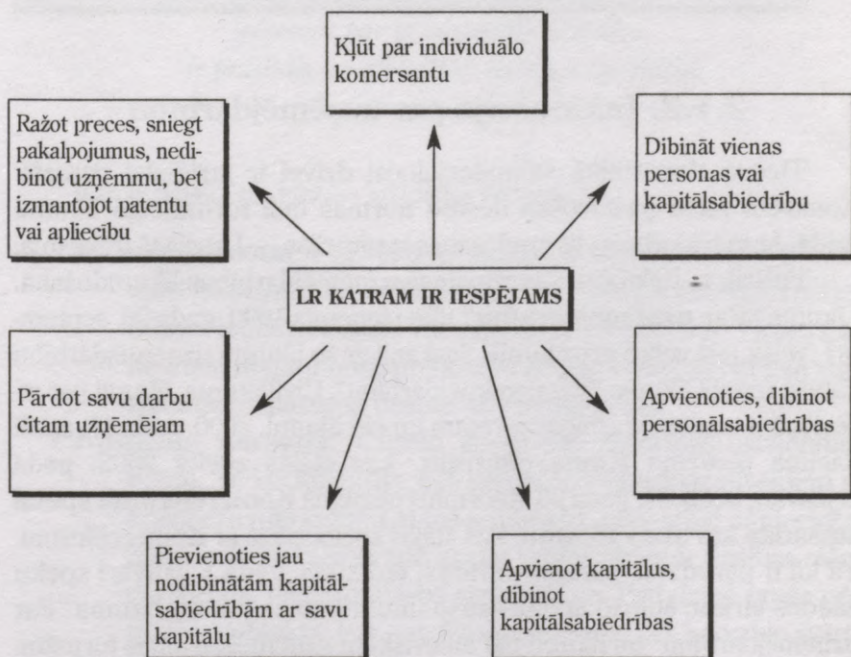
*Uzņēmējdarbība ir uzņēmēja līdzekļu ieguldīšana
un ilgstoša vai sistēmātiska ekonomiska darbība,
lai gūtu peļņu*

Šī darbība var izpausties kā materiālo vērtību ieguve, ražošana, pakalpojumu sniegšana, preču pirkšana un pārdošana. Ja cilvēks audzē dārzenus vai šuj apģērbu savām vajadzībām, tad viņš vēl nav uzņēmējs, un, ja kāds pārdod savu īpašumu, tad tā vēl nav uzņēmējdarbība.

Kā jau minējām, uzņēmējdarbību veic *uzņēmējs* — privātpersona, organizācija vai abu apvienība, kas norobežo daļu sava īpašuma uzņēmējdarbības veikšanai, pārzina uzņēmumu un tā mantu, kā arī likumā noteiktajos gadījumos uzņemas par to materiālo atbildību, ir prasītājs un atbildētājs tiesā. Konkrētāk par to, kas var būt uzņēmējs, runāsim nākamajā nodaļā.

Uzņēmums ir saimnieciska vienība, kas sniedz pakalpojumus vai ražo preces tirgus vajadzībām un orientē savu darbību uz peļņas gūšanu. Piemēram, rūpnīca, veikals, banka, zemnieka saimniecība.

Uzņēmējdarbība kā ražošanas faktors ir saistīta ar pārējo ražošanas faktoru (zeme, darbs, kapitāls) apvienošanu, koordinēšanu un kombinēšanu, lai nodrošinātu ražošanu.



2.1. shēma. Cilvēku iespējamā rīcība uzņēmējdarbībā

Lai ilustrētu jēdziena *uzņēmējdarbība* specifisko nozīmi, var minēt šādas *uzņēmēja funkcijas*.

1. Uzņēmējs kļūst par pārējo ražošanas faktoru savienošanas iniciatoru.
2. Uzņēmējs pieņem galvenos lēmumus uzņēmējdarbības procesā.
3. Uzņēmējs parasti ir novators, kurš peļņas apsvērumu dēļ tiecas ieviest jaunas preces, ražošanas tehnoloģijas un jaunas uzņēmējdarbības organizācijas formas.
4. Uzņēmējs ir cilvēks, kas riskē, jo tirgus ekonomikas apstākļos peļņa nav garantēta. Viņš riskē ar savu laiku, darbu, reputāciju un ieguldītajiem līdzekļiem, jo var daudz zaudēt vai pat bankrotēt.

2.1.2. Informācija par uzņēmējdarbību

Tirgus ekonomikā saimnieciskajai dzīvei ir juridisks pamats. Konkrētā valstī pastāvošās tiesību normas tiek formulētas likumu veidā. Ar to nodarbojas likumdošanas institūcijas — Latvijā tā ir Saeima.

Pašlaik notiek būtiskas izmaiņas uzņēmējdarbības likumdošanā. Likums **“Par uzņēmējdarbību”** tika pieņemts 1990. gada 26. septembrī (vēlāk tajā veikti grozījumi). Saskaņā ar šo likumu uzņēmējdarbību Latvijā regulē likums **“Par uzņēmējdarbību”**, Civillikums, likumi par atsevišķām uzņēmējdarbības formām un citi likumi. 2000. gada 13. aprīlī Saeima pieņēma **Komerclikumu**, kas stājās spēkā 2002. gada 1. janvārī, bet 2001. gada 20. decembrī pieņēma **Komerclikuma spēkā stāšanās kārtības likumu**, kas stājās spēkā reizē ar Komerclikumu. Tā kā ir paredzēts pārejas periods, tad 2005. gada 1. janvārī spēku zaudēs virkne šobrīd spēkā esošo likumu, to skaitā arī likums **“Par uzņēmējdarbību”** un likumi par atsevišķām uzņēmējdarbības formām. Līdz ar to ir nepieciešams zināt gan **“vecos”**, gan **“jaunos”** likumus. Saskaņā ar likumu **“Par uzņēmējdarbību”**:

Uzņēmējdarbība ir ilgstoša vai sistemātiska ekonomiskā darbība un kapitāla ieguldīšana, kas vērsta uz preču ražošanu, realizāciju, darba izpildi, tirdzniecību un pakalpojumu sniegšanu ar nolūku gūt peļņu



Uzņēmējs ir fiziska vai juridiska persona vai šādu personu apvienība, kas norobežo daļu sava īpašuma uzņēmējdarbības veikšanai, pārzina uzņēmumu un tā mantu, kā arī likumā noteiktajos gadījumos uzņemas par to materiālo atbildību, ir prasītājs un atbildētājs tiesā un šķīrējtiesā

Kas ir fiziska un kas — juridiska persona?

Fiziska persona ir cilvēks kā tiesību nesējs. Par tādu cilvēku kļūst no dzimšanas brīža, bet zināmas tiesības būda arī mātes miesās ieņemts auglis. Vai zirgam ir tiesības? Nav. Viņam gan nedrīkst nodarīt bojājumus, taču ne zirga tiesību, bet gan viņa saimnieka īpašuma tiesību aizsardzības dēļ.

Juridiska persona. Cilvēki apvienojas biedrībās, savienībās u. tml., rodas kolektīvi, kas sastāv no vairākiem cilvēkiem ar kopīgiem mērķiem. Lai tos sasniegtu, savienībai nepieciešamas tiesības. Piemēram, akciju sabiedrībām ir tiesības slēgt darījumus, pieņemt darbā strādniekus. Patī dzīve prasa pēc tiesību subjekta, kas nav fiziska persona, bet ko veido vairāki cilvēki. Šādus mākslīgi radītus tiesību subjektus atšķirībā no fiziskām personām sauc par juridiskām personām.

Latvijā Civillikums nosaka juridiskas personas statusu valstij, pašvaldībām, personu apvienībām, iestādēm utt.

Lai juridiska persona rastos un pastāvētu, ir nepieciešami vairāki priekšnoteikumi.

1. Jābūt mērķim, kura sasniegšanu sev nosaka juridiska persona. Šis mērķis nedrīkst būt pārejošs vai islaicīgs. Katra juridiska persona ir ilgstoša, pastāvīga organizācija, tādēļ arī mērķim jābūt ilgstošam un pastāvīgam.
2. Jābūt materiāliem nosacījumiem (substrātam), bez kuriem nav iespējams sasniegt izvēlēto mērķi. Piemēram, akciju sabiedrības īpašumi, pamata un rezerves kapitāls.
3. Juridiskas personas atzišana no valsts varas puses. Te pastāv divas sistēmas: reģistrācijas sistēma (Uzņēmumu reģistrs) un koncesijas sistēma (vajadzīga speciāla valdības iestāžu atļauja).

Uzņēmējs var būt

- rīcībspējīga fiziska persona;
- ģimene (saskaņā ar ģimenes locekļu starpā noslēgto līgumu);
- uzņēmēj sabiedrība;
- valsts;
- pašvaldība;
- sabiedriska organizācija;
- reliģiska organizācija.

Uzņēmēj sabiedrība ir īpašnieku vai uzņēmēju apvienība, kas var veidot vienu vai vairākus uzņēmumus. Ja apvienošanās notiek uz statūtu pamata, veidojas statūtsabiedrība, ja uz līguma pamata, — līgumsabiedrība.

Uzņēmums ir uzņēmēja īpašuma daļa, kas nodalīta uzņēmējdarbības veikšanai kā vienota materiālo un nemateriālo elementu kopība. Uzņēmumu apzīmēšanai lieto nosaukumus, kas

izsaka darbības raksturu (piem., rūpnīca, fabrika, darbnīca, banka, lombards, veikals, viesnīca).

Likums "Par uzņēmējdarbību" nosaka uzņēmuma veidošanas vispārīgos noteikumus, kā arī iespējamās uzņēmējdarbības formas. Uzņēmēj sabiedrība vai uzņēmums iegūst tiesībspēju un rīcībspēju ar brīdi, kad tas reģistrēts Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā.

Likuma 30. pants nosaka, ka vispirms uzņēmums jāreģistrē Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā. Lai to varētu izdarīt, nepieciešams sagatavot virkni dokumentu. Atsevišķi šis jautājums tiks aplūkots turpmākajās nodaļās.

Likuma 34. pants nosaka uzņēmēj sabiedrību un uzņēmumu likvidāciju.

Uzņēmēj sabiedrības un uzņēmuma darbība beidzas

- saskaņā ar uzņēmēja vai uzņēmēj sabiedrības lēmumu;
- statūtos vai līgumā paredzētajā kārtībā;
- saskaņā ar likumu par bankrotu;
- ja tie savā darbībā pārkāpj LR likumus;
- ja gada laikā pēc to reģistrācijas nav uzsākta uzņēmēj darbība;
- īpašos gadījumos (pēc tiesas lēmuma).

Uzņēmums uzskatāms par likvidētu pēc izslēgšanas no Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra.

Tirgus sistēmas pamats ir privātais īpašums. Ekonomisko reformu īstenošana Latvijā ir saistīta ar īpašuma tiesību sakārtošanu, lai sasniegtu tirgus ekonomikai raksturīgu īpašuma struktūru, kurā noteicošā loma ir privātipašumam uz ražošanas resursiem.

1992. gada 16. jūnijā tika pieņemts likums "Par valsts un pašvaldību īpašuma objektu (uzņēmumu) privatizācijas kārtību".

Privatizācija ir darbību kopums, kā rezultātā mainās privatizējamā valsts vai pašvaldības īpašuma objekta īpašnieks. Privatizācijas būtība — katram īpašumam atrast konkrētu saimnieku.

Privatizācijas metodes minētas šī likuma 2. pantā.

1. Pārdošanas metode, kuru var realizēt ar šādiem paņēmieniem:

- pārdot izsolē;
- pārdot piedāvājumu konkursā;
- pārdot ar tūlītēju samaksu;
- pārdot uz nomaksu;
- pārveidot statūtsabiedrībā un pārdot šīs sabiedrības kapitāla daļas;
- pārdot valsts vai pašvaldības statūtsabiedrības kapitāla daļas;
- likvidēt valsts vai pašvaldības uzņēmumu un pārdot atsevišķi tā kustamo un nekustamo mantu.

Maksājumi veicami latos vai sertifikātos.

2. Ieguldīšanas metode — t. i., valsts vai pašvaldības īpašuma objekta ieguldīšana mantiskā ieguldījuma veidā uzņēmēj-sabiedrībā, kurā ir privātais kapitāls.

3. Privātā kapitāla piesaistišanas metode — t. i., valsts vai pašvaldības statūtsabiedrības pamatkapitāla palielināšana, piesaistot privāto kapitālu.

Valsts īpašuma objektu privatizāciju organizē un veic Privatizācijas aģentūra. Tās dibināšanas un darbības principus nosaka likums. Privatizācijas aģentūra veic vairākas funkcijas, no kurām galvenās ir

- sagatavot valsts īpašuma objektus privatizācijai;
- izstrādāt konkrētos privatizācijas noteikumus;
- organizēt privatizējamo objektu piedāvājumu un pārdošanu.

Pašvaldības īpašuma objektu privatizāciju veic pašvaldības īpašuma privatizācijas komisija.

Kā jau tika minēts, uzņēmējdarbības juridiskās bāzes sakārtošanai ir stājies spēkā **Komerclikums**. Tas ir izveidots saskaņā ar Eiropas Savienības direktīvām attiecībā uz uzņēmējdarbības likumdošanu.

Likumu veido trīs daļas.

A daļa — Komercedarbības vispārīgie noteikumi

B daļa — Komersanti

C daļa — Komercsabiedrību reorganizācija

A daļā tiek definēti galvenie ar komercedarbību saistītie jēdzieni.

*Komercedarbība ir atklāta saimnieciska darbība,
kuru savā vārdā peļņas gūšanas nolūkā
veic komersants*



Saimnieciskā darbība ir jebkura sistemātiska, patstāvīga darbība par atlīdzību.

*Komersants ir komercreģistrā ierakstīta =
fiziskā persona (individuālais komersants)
vai komercsabiedrība
(personālsabiedrība un kapitālsabiedrība)*



Jēdziens *komercedarbība* ietver šaurāku darbības loku nekā pašreiz lietojamais jēdziens *uzņēmējdarbība*. Komercedarbība ir viens no uzņēmējdarbības veidiem. Saimnieciskās darbības veidi ir parādīti 2.2. shēmā.



2.2. shēma. Saimnieciskās darbības veidi

Komersanti tiek reģistrēti komercreģistrā, un ikvienam ir tiesības iepazīties ar komercreģistra ierakstiem un komercreģistra iestādei iesniegtajiem dokumentiem.

Komerclikumā ir definēti jēdzieni *uzņēmums, filiāle, firma, prokūra, komercaģents, mākleris*.

Uzņēmums ir organizatoriski saimnieciska vienība, kuru komersants izmanto komercdarbības veikšanai.

Filiāle ir uzņēmuma daļa, kurai ir zināma organizatoriskā patstāvība un kura ir teritoriāli atdalīta no galvenā uzņēmuma atrašanās vietas.

Firma ir komercreģistrā ierakstīts komersanta nosaukums, ko viņš izmanto komercdarbībā, slēdzot darījumus un parakstoties. Komersanta nosaukumam ir jāatšķiras no citiem komercreģistrā ierakstītiem nosaukumiem. Komerclikums nosaka arī firmas izvēles ierobežojumus un norādes uz komersanta veidu.

Prokūra ir komercpilnvara, kas piešķir **prokūristam** tiesības komersanta vārdā slēgt darījumus un veikt citas ar jebkuru komercdarbību saistītas tiesiskās darbības, ieskaitot visas

procesuālās darbības tiesvedības gaitā. Prokūrists parakstās, komersanta firmai pievienojot savu parakstu un norādi uz prokūras esamību — *prokūrists, p.p., per procura*.

Komercaģents ir komersants, kas pilnvarots citas personas (principiāla) vārdā un labā patstāvīgi slēgt darījumus ar trešajām personām vai arī sagatavot to noslēgšanu. Komercaģentam izmaksājamo atlīdzību, kas svārstās atbilstoši darījumu skaitam vai vērtībai, sauc par *provīziju*. Savukārt komercaģentam, kurš uzņemas galvot par trešās personas saistību izpildi, ir tiesības uz īpašu atlīdzību — *delkrederi*.

Mākleris ir komersants, kurš nodarbojas ar starpniecību darījumu noslēgšanā citu personu labā, nebūdamas pastāvīgi saistīts ar šīm personām līgumiskās attiecībās.

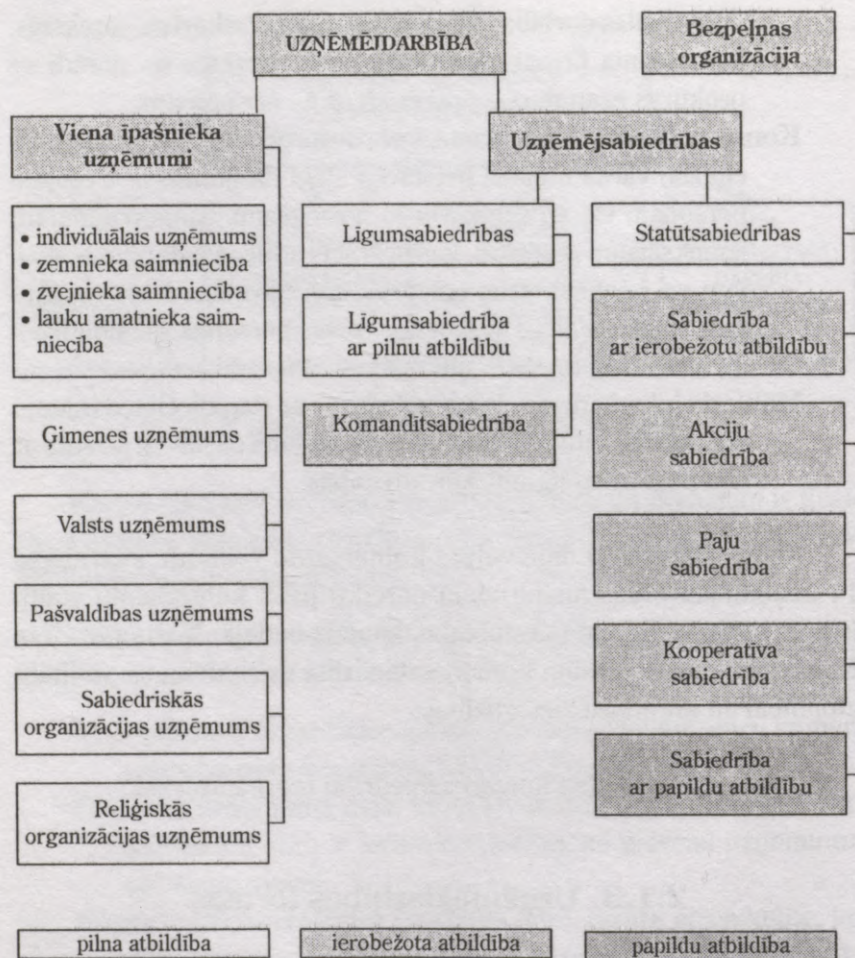
Komerclikuma B daļa veltīta komersantu veidiem. Pašreizējo 14 uzņēmējdarbības formu vietā noteikti pieci komersantu veidi. Komersantu veidi tiks raksturoti nākamajā nodaļā. Nozīmīga vieta Komerclikumā ir ierādīta komercsabiedrību dalībnieku un vadītāju atbildībai un kreditoru aizsardzībai.

C daļa pilnībā veltīta komercsabiedrību reorganizācijai.

2.1.3. Uzņēmējdarbības formas

Fiziskām un juridiskām personām, valstij un pašvaldībām ir tiesības brīvi izvēlēties uzņēmējdarbības formas, kas nav pretrunā ar likumu.

Uzņēmējdarbības juridiskās formas izvēle ir viens no sarežģītākajiem lēmumiem, kas uzņēmējam jāpieņem, veidojot jaunu uzņēmumu. Šī izvēle jāizdara, konsultējoties ar juristu. Uzskatāmi uzņēmējdarbības formas parādītas 2.3. shēmā.



2.3. shēma. Uzņēmējdarbības formas

Viena īpašnieka uzņēmumi

Viena īpašnieka uzņēmums var būt individuālais uzņēmums, zemnieka vai zvejnieka saimniecība, valsts vai pašvaldības, sabiedris-

kas vai reliģiskas organizācijas uzņēmums. Viens īpašnieks var dibināt arī statūtsabiedrību.

*Individuālais uzņēmums ir tiesību subjekts,
kas izveidots vienas fiziskās personas
īpašuma organizēšanai,
lai veiktu uzņēmējdarbību*



Zemnieka vai zvejnieka saimniecība ir specifisks individuālais uzņēmums. Ģimenes uzņēmums tiek veidots ģimenes kopīpašuma organizēšanai, lai veiktu uzņēmējdarbību.

Individuālais uzņēmums, zemnieka vai zvejnieka saimniecība, ģimenes uzņēmums veic uzņēmējdarbību, pamatojoties uz LR likumu "Par individuālo (ģimenes) uzņēmumu, zemnieka saimniecību un individuālo darbu" (1992.08.01.). Individuālais uzņēmējs var sākt uzņēmējdarbību pēc sava uzņēmuma reģistrācijas LR Uzņēmumu reģistrā. Individuālais uzņēmējs par uzņēmuma saistībām atbild ar visu savu īpašumu, izņemot gadījumu, ja viņš to nodibinājis kā statūtsabiedrību ar ierobežotu atbildību.

Individuālā uzņēmuma nosaukumā jāiekļauj īpašnieka uzvārds un uzņēmuma darbības veids. Zemnieka vai zvejnieka saimniecības nosaukumā jābūt pagasta un māju nosaukumam.

Ja individuālo uzņēmumu dibina uz ģimenes kopīpašuma bāzes, starp ģimenes locekļiem jāslēdz dibināšanas līgums.

Šāda veida uzņēmumus sauc arī par viena cilvēka biznesu. Tā ir senākā biznesa organizācijas forma. Tieši tādu uzņēmumu ir visvairāk. Daudzi darbojas sekmīgi, bet daudzi tiek slēgti. Pamatcēloņi šādu uzņēmumu slēgšanai ir cilvēku pieredzes un finanšu trūkums.

Individuālās uzņēmējdarbības priekšrocības	Individuālās uzņēmējdarbības trūkumi
<ul style="list-style-type: none"> • vienkārša un lēta reģistrācija • iespēja ātri reaģēt uz pasūtītāja prasību izmaiņām • augsts motivācijas līmenis — stimuls daudz strādāt, jo strādā savā labā • nav uzskatu dažādības • nav nepieciešams ar likumu noteikts pamatkapitāla lielums 	<ul style="list-style-type: none"> • pilnīga atbildība • ierobežots kapitāls • maz izredžu izveidot lielražošanu • nav iespējams organizēt liela mēroga piegādes, līdz ar to pazemināt cenas • cilvēka spēju ierobežotība, jo reti kad cilvēks vienlīdz labi pārvalda visas uzņēmējdarbības sfēras • tā kā nepieciešams pastāvīgi vadīt uzņēmumu, nav iespēju normāli izmantot atvaļinājumu, brīvdienas, slimības lapu • liela garīgā slodze

Valsts un pašvaldību uzņēmumi pieder valstij vai pašvaldībām, tiem ir juridisks statuss.



Valsts uzņēmums ir viena īpašnieka uzņēmums, kur visa manta pieder valstij

Valsts uzņēmums ir patstāvīga saimnieciska vienība ar juridiskas personas tiesībām, kas veic uzņēmējdarbību ar tai norobežoto īpašuma daļu. Valsts uzņēmums atbild par saistībām ar visu savu mantu. Valsts un pašvaldību uzņēmumu nosaukumā jābūt vārdam *valsts* vai *pašvaldības*.

Sabiedrisko un reliģisko organizāciju uzņēmumu dibināšanu, darbības likvidēšanu un reorganizāciju reglamentē

Civillikums un uzņēmēja apstiprināti uzņēmuma statūti. Uzņēmumus (uzņēmējsabiedrības) var dibināt tikai tādas sabiedriskas vai reliģiskas organizācijas, kas reģistrētas likumā noteiktajā kārtībā (likums "Par sabiedriskajām organizācijām un to apvienībām", 1992.15.12. un "Reliģisko organizāciju likums", 1995.07.09.). Sabiedrisko un reliģisko organizāciju uzņēmumiem var būt juridiskas personas statuss. Sabiedriskās un reliģiskās organizācijas par savu uzņēmumu saistībām atbild ar visu savu īpašumu, ja uzņēmums nav dibināts kā statūtsabiedrība ar ierobežotu atbildību. Šāda uzņēmuma nosaukumā jāiekļauj sabiedriskās vai reliģiskās organizācijas nosaukums.

Līgumsabiedrības

Līgumsabiedrība ir uzņēmēju (uzņēmumu) apvienība, kas izveidota uz dibinātāju noslēgtā līguma pamata



Līgumsabiedrības darbību reglamentē likums "Par līgumsabiedrībām", 1991.05.02. Līgumsabiedrības dalībnieki saskaņā ar noslēgto līgumu iegulda īpašumu līgumsabiedrībā (naudā vai mantā). Līgumsabiedrībām nav juridiskas personas statusa.

Līgumsabiedrība ar pilnu atbildību apvieno vairākus dalībniekus (uzņēmējus), kuri par sabiedrības saistībām atbild ar visu savu īpašumu proporcionāli sabiedrībā ieguldītajai daļai



Līgumsabiedrība neatbild par tām savu dalībnieku saistībām, kuras neattiecas uz sabiedrības darbu. To nosaukumā jābūt vārdkopai *pilna sabiedrība*.

Komandītsabiedrība ir līgumsabiedrība, kas apvieno dalībniekus (uzņēmējus), no kuriem viens vai vairāki (komplementārie dalībnieki) par sabiedrības saistībām uzņemas pilnu atbildību ar visu savu īpašumu proporcionāli ieguldītajai daļai, kamēr pārējie (komandīti) atbild par sabiedrības saistībām tikai savu iemaksu apmērā



Komandītsabiedrības nosaukumā jābūt viena vai vairāku komplementāro dalībnieku uzvārdiem vai nosaukumiem un vārdam *komandītsabiedrība*, vai arī tā saīsinājumam k/s. Līgumam jābūt noslēgtam rakstveidā. To var grozīt ar visu komplementāro dalībnieku piekrišanu, ja līgumā nav noteikts citādi. Grozījumi līgumā jāreģistrē LR Uzņēmumu reģistrā.

Līgumsabiedrības parasti veido neliels dalībnieku skaits, visbiežāk kādas nozares speciālisti — juristi, mediķi, grāmatveži, no kuriem katrs varētu veikt individuālo uzņēmējdarbību, partneri var būt arī veikala vai neliela uzņēmuma līdzīpašnieki.



Līgumsabiedrības priekšrocības	Līgumsabiedrības trūkumi
<ul style="list-style-type: none"> • katra partnera iemaksa ļauj palielināt kapitālu, ar kuru var rīkoties • partneri var specializēties kādā no darbības virzieniem • atbildības sadale, to skaitā arī lēmumu pieņemšanā • mazāks psiholoģiskais stress 	<ul style="list-style-type: none"> • var gadīties partneru interešu nesakrītība • ierobežoti finanšu līdzekļi • nenosakāms darbības ilgums (partneru izstāšanās, nāve u. tml.)

Statūtsabiedrības

Statūtsabiedrībās ietilpst sabiedrības ar ierobežotu atbildību, akciju sabiedrības, paju sabiedrības u. c. Statūtu fonds tiek veidots no dalībnieku ieguldītā īpašuma (paju iemaksām). Šīs sabiedrības par savām saistībām atbild ar visu to īpašumā esošo mantu, bet to dalībnieki par sabiedrības saistībām atbild tikai ar sabiedrībai nošķirto mantu. Šo statūtsabiedrību darbību regulē likumi: "Par sabiedrībām ar ierobežotu atbildību", 1991.23.01., "Par akciju sabiedrībām", 1993.18.05., "Par paju sabiedrībām", 1991.23.04.

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību ir uzņēmējdarbības forma maziem un vidējiem uzņēmumiem. Tā ir uzņēmējdarbība ar juridiskas personas tiesībām. Tās pamatkapitālu veido dalībnieku iemaksātās daļas. Daļas dod tiesības dalībniekiem piedalīties pārvaldē un saņemt sabiedrības peļņas daļu — dividendi. Sabiedrība atbild par savām saistībām ar visu savu mantu. Dibinātāji personiski neatbild par sabiedrības saistībām.

*Sabiedrība ar ierobežotu atbildību ir
uzņēmējdarbība ar juridiskas personas tiesībām.
Tās pamatkapitālu (statūtu fondu) veido
dalībnieku ieguldītais īpašums — kapitāla daļas*



Dibinātāji var būt gan fiziskas, gan juridiskas personas. SIA var dibināt arī viena fiziska persona, bet dalībnieku skaits nedrīkst pārsniegt 50. Minimālais pamatkapitāls ir Ls 2000. Daļu var segt naudā vai ar mantisko ieguldījumu (ēkas, iekārtas u. c.). Intelektuālais īpašums pielīdzināms mantiskajiem ieguldījumiem.

Sabiedrības dibināšanas dokumenti ir dibināšanas līgums, statūti un dibināšanas sapulces protokols.

Nosaukumā jābūt vārdkopai *sabiedrība ar ierobežotu atbildību*, saīsinājumam SIA vai vārdam *sabiedrība* bez norādes uz citu uzņēmējdarbības formu.



Akciju sabiedrība ir uzņēmēj sabiedrība ar juridiskas personas tiesībām, tās pamatkapitālu (statūtu fonds) veido akcijas noteiktā nominālvērtībā un kopsummā

Cilvēkiem, kas nevēlas nodarboties ar uzņēmējdarbību, a/s dod iespēju palielināt savus ietaupījumus. Akciju sabiedrība par savām saistībām atbild ar visu savā īpašumā esošo mantu. Akcionāri atbild par akciju sabiedrības saistībām ar savu ieguldījumu sabiedrības pamatkapitālā. Akciju sabiedrības dibinātāju skaits nedrīkst būt mazāks par trim cilvēkiem. Vienīgais dibinātājs var būt valsts vai pašvaldība. Akciju sabiedrībai ir

- dibināšanas pamatkapitāls — kapitāls, kas dibinātājam jāiegulda, lai nodibinātu a/s. Minimālais dibināšanas pamatkapitāls ir Ls 5000, bet bankām, apdrošināšanas a/s, biržām, lombardiem saskaņā ar likumdošanu tas ir lielāks;
- reģistrētais pamatkapitāls — kapitāls, kas nepieciešams akciju sabiedrībai savas darbības programmas realizēšanai un tiek fiksēts sabiedrības statūtos atbilstoši darbības veidiem. Minimālais reģistrētais pamatkapitāla lielums ir Ls 25 000.

Akciju sabiedrības nosaukumā jābūt vārdiem *akciju sabiedrība* vai to saīsinājumam a/s.

Akciju sabiedrības pārvaldes institūcijas ir

- akcionāru pilnsapulce (akceptē lēmumus un vadošā orgāna darbību);
- padome (kontrolē);
- valde (vadošais orgāns).

Katram akcionāram ir tik balsu, cik akciju viņam pieder.

Akcija ir vērtspapīrs, kas apliecina tās īpašnieka piedalīšanos attiecīgās akciju sabiedrības pamatkapitālā, dod tiesības piedalīties tās pārvaldē un saņemt attiecīgu peļņas daļu — dividendi



Uz akcijas ir norādīta nominālvērtība, bet tās pērk par tirgus cenu. To sauc par akciju kursu. Akcijas nominālvērtību nosaka a/s statūti.

Ir vairāki akciju veidi. Populārākās ir parastās un privilēģētās jeb priekšrocību akcijas. Priekšrocību akcijas dod tiesības saņemt noteiktu peļņas daļu, bet tām parasti nav balsstiesību. Ir arī personāla akcijas. Tās izsniedz a/s darbiniekiem ar atvieglotiem noteikumiem vai bez maksas. Tās nevar pārdot, dāvināt vai saņemt mantojumā. Akcijas atšķiras pēc to izlaiduma. Jaunas akcijas tiek izlaistas, lai palielinātu pamatkapitālu.

Obligācija ir vērtspapīrs, kas garantē to īpašniekam ikgadēju ienākumu saskaņā ar iepriekš fiksētu procentu likmi un dod tiesības pēc noteikta laika saņemt arī obligācijas nominālvērtību. Pēc būtības obligāciju īpašnieki ir a/s kreditori



Sabiedrības ar papildu atbildību savu statūtu fondu veido no dalībnieku (fizisko un juridisko personu) ieguldītā īpašuma (paju iemaksām). Šīs sabiedrības par saistībām atbild ar to īpašumā esošo mantu, bet, ja ar to nepietiek, atbildību proporcionāli ieguldītajam īpašumam uzņemas sabiedrības dalībnieki.

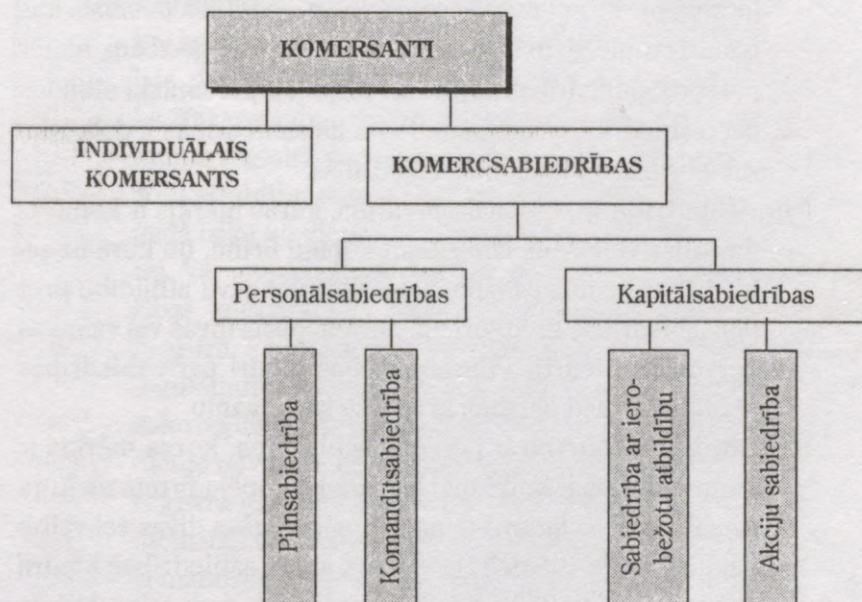
Statūtsabiedrības priekšrocības	Statūtsabiedrības trūkumi
<ul style="list-style-type: none"> • iespējams piesaistīt lielāku kapitālu • ierobežota atbildība • par lēmumu pieņemšanu atbild vairāki • vieglāk saņemt kredītus 	<ul style="list-style-type: none"> • sarežģītāka un dārgāka reģistrēšana, tāpēc nepieciešama jurista palīdzība • iespējama uzskatu dažādība • peļņa tiek dalīta • lēmumu pieņemšana var tikt novilcināta

Bezpeļņas organizācija ir uzņēmēj sabiedrība vai viena īpašnieka uzņēmums ar juridiskas personas tiesībām vai sabiedriska organizācija. To darbību papildus regulē likumi par attiecīgo uzņēmējdarbības formu. Bezpeļņas organizācijas ienākumu pārsvaru pār izdevumiem (būtībā peļņu) ieskaita rezerves fondā, kas pāriet uz nākamo saimniecisko gadu. To neapliet ar uzņēmuma ienākuma nodokli, kā arī nevar izņemt un izmaksāt dalībniekiem, tas izmantojams tikai statūtos paredzētajiem mērķiem. Par rezerves fonda līdzekļiem iegādātos pamatlīdzekļus vai citu mantu bezpeļņas organizācijas likvidēšanas gadījumā nedrīkst sadalīt dalībniekiem, tā pāriet valsts īpašumā.

Pasaules praksē uzskata, ka sabiedrības ar ierobežotu atbildību ir progresīvāka forma salīdzinājumā ar individuālajiem uzņēmumiem vai līgumsabiedrībām, kam ir pilna atbildība. Rietumeiropā sastopamie SIA apzīmējumi ir *Ltd.* vai *GmbH.*

Sniegtais uzņēmējdarbības formu apraksts nav pilnīgs. Likumu un noteikumu prasības mainās, un tām ir jāseko līdzī. Galvenais ir zināt, kuri likumi attiecas uz konkrēto uzņēmējdarbību un kur meklēt padomu nepieciešamības gadījumā

Kā jau tika minēts iepriekš, Komerclikums nosaka piecus komersantu veidus.



2.4. shēma. Komersantu veidi

Individuālais komersants ir fiziska persona, kura kā komersants ierakstīta komercreģistrā. Individuālais komersants par savām saistībām atbild ar visu savu mantu, līdzīgi kā individuālā uzņēmuma īpašnieks. Fiziskai personai, kas veic saimniecisko darbību, ir pienākums reģistrēties kā individuālajam komersantam, ja gada apgrozījums no veiktās saimnieciskās darbības pārsniedz 200 000 latu vai arī tās veiktā saimnieciskā darbība atbilst vismaz divām no šādām pazīmēm:

- gada apgrozījums no šīs darbības pārsniedz 20 000 latu;
- tā savas saimnieciskās darbības veikšanai nodarbina vienlaikus vairāk nekā piecus darbiniekus.

Personālsabiedrības (iepriekš ligumsabiedrības) nav juridiskas personas, tās tiek veidotas uz liguma pamata. Komerclikums piešķir personālsabiedrībām noteiktas tiesības, kas gandrīz ir pielīdzināmas juridiskas personas tiesībām, tomēr personālsabiedrības biedri arī turpmāk personiski atbildēs par sabiedrības saistībām. Personālsabiedrības iedala pilnsabiedrībās un komandītsabiedrībās.

Pilnsabiedrība ir personālsabiedrība, kuras mērķis ir komercdarbības veikšana, izmantojot kopīgu firmu, un kurā uz sabiedrības liguma pamata, neierobežojot savu atbildību pret pilnsabiedrības kreditoriem, apvienojušās divas vai vairākas personas (biedri). Pilnsabiedrības biedri par sabiedrības saistībām atbild personiski ar visu savu mantu.

Komandītsabiedrība ir personālsabiedrība, kuras mērķis ir komercdarbības veikšana, izmantojot kopēju firmu, un kurā uz sabiedrības liguma pamata apvienojušās divas vai vairākas personas (biedri), ja vismaz viena sabiedrības biedra (komandīta) atbildība attiecībā uz kreditoriem ir ierobežota ar viņa ieguldījuma apmēru, bet pārējo personiski atbildīgo sabiedrības biedru (komplementāru) atbildība nav ierobežota. Komandīti atbild tikai ar savu ieguldījumu, un viņi nepiedalās lēmumu pieņemšanā.

Kapitālsabiedrības (iepriekš statūtsabiedrības) ir komercsabiedrības, kuru pamatkapitāls sastāv no pamatkapitāla daļu vai akciju nominālvērtību kopsummas. Kapitālsabiedrības ir juridiskas personas un par savām saistībām atbild ar visu savu mantu. Sabiedrība neatbild par dalībnieku saistībām, savukārt dalībnieku atbildība par sabiedrības saistībām ir ierobežota ieguldījuma apmērā. Sabiedrību var dibināt kā sabiedrību ar papildu atbildību, kurā vismaz viens dalībnieks par sabiedrības saistībām atbild personiski ar visu savu mantu. Kapitāl-

sabiedrības iedala sabiedrībās ar ierobežotu atbildību un akciju sabiedrībās.

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA) ir slēgta sabiedrība, kuras daļas nav publiskās apgrozības objekts. SIA minimālais pamatkapitāla lielums, tāpat kā iepriekš, ir noteikts Ls 2000 un līdz reģistrācijas pieteikumā iesniegšanai Uzņēmumu reģistrā jāapmaksā vismaz 50% sabiedrības ar ierobežotu atbildību pamatkapitāla, pārējā daļa jāapmaksā viena gada laikā no dienas, kad sabiedrība ierakstīta komercreģistrā. Var apmaksāt arī visu pamatkapitālu pilnībā līdz sabiedrības reģistrācijas pieteikuma iesniegšanai Uzņēmumu reģistrā. Pamatkapitālu var apmaksāt ar naudu vai mantisku ieguldījumu. Komerclikumā ieviesti jauni noteikumi mantisko ieguldījumu novērtēšanai. Mantisko ieguldījumu priekšmetus novērtēs neatkarīgs eksperts, kurš iekļauts komercreģistra iestādes apstiprinātā sarakstā. Izņēmums būs SIA dibinātāji vai dalībnieki, kuri būs tiesīgi izdarīt novērtējumu, ja mantisko ieguldījumu kopējā vērtība nepārsniegs Ls 4000 un tā ir mazāka par pusi no pamatkapitāla lieluma. Jāizpilda abi nosacījumi. Piemēram, ja pamatkapitāls ir Ls 2000, bet mantiskais ieguldījums Ls 1100 vērtībā, tad novērtējumu veic eksperts. Ja pamatkapitāls ir Ls 2000, bet mantiskais ieguldījums Ls 800 vērtībā, tad novērtējumu var izdarīt dibinātāji.

Akciju sabiedrība ir atklāta sabiedrība, kuras daļas (akcijas) var būt publiskas apgrozības objekts. Akciju sabiedrībai var būt tikai viens akcionārs. Akciju sabiedrības pamatkapitāls nedrīkst būt mazāks par 25 000 latu. Līdz reģistrācijas pieteikuma iesniegšanai apmaksātais pamatkapitāls nedrīkst būt mazāks par Ls 25 000 un mazāks par 25% no parakstītā pamatkapitāla, no šiem diviem lielumiem jāapmaksā lielākā summa. Piemēram, ja akciju sabiedrības reģistrētais pamat-

kapitāls ir Ls 60 000, tad līdz reģistrācijas pieteikuma iesniegšanai jāapmaksā vismaz Ls 25 000, jo 25% no Ls 60 000 ir Ls 15 000, kas ir mazāk par minimālo līdz reģistrācijai apmaksājamo pamatkapitālu. Līdz reģistrācijas pieteikuma iesniegšanai akciju sabiedrības apmaksātais kapitāls iemaksājams tikai naudā.

Galvenais valsts uzdevums ir izveidot stabilu uzņēmējdarbības vidi. Ar tādu mērķi arī tika izstrādāts Komerclikums. Tas bija nepieciešams vairāku iemeslu dēļ:

- Latvijas virzīšanās uz Eiropas Savienību un likumdošanas saskaņošana ar Eiropas Savienības direktīvām;
- uzņēmējdarbības formas Latvijā ir pārāk sadrumstalotas;
- esošie likumi ir nepilnīgi, nepārskatāmi un izraisa strīdus;
- pašreizējie likumi nepietiekami aizsargā trešo personu intereses, kas kaitē normālai uzņēmējdarbībai.



Jāņem vērā tas, ka mēs dzīvojam pārmaiņu periodā, tāpēc regulāri jāseko līdzī visam, kas notiek uzņēmējdarbības likumdošanas sfērā.

2.1.4. Mazā biznesa formas

Ekonomiski attīstītajās valstīs mazo uzņēmumu skaits procentuāli aug straujāk nekā cita veida uzņēmumu skaits. Kas ir mazais uzņēmums?

Kanādā, piemēram, 1988. gadā mazie uzņēmumi veidoja 97% no visiem uzņēmumiem un nodarbināja 42% valsts darbaspēka. Šo uzņēmumu apgrozījums Kanādā ir mazāks par 2 miljoniem dolāru un tajos nodarbina mazāk nekā 100 strādājošo. Īrijā pie maziem pieskaita uzņēmumus ar 50 strādājošajiem, Vācijā — ar 500 strādājošajiem.

Likumā "Par uzņēmuma ienākuma nodokli" varam atrast definējumu mazam uzņēmumam Latvijā:

- pamatlīdzekļu bilances vērtība uz gada beigām — Ls 70 000;
- neto apgrozījums — Ls 200 000;
- vidējais strādājošo skaits — 25 cilvēki.

Mazais uzņēmums ir tāds, kurā nav pārsniegti vismaz divi no šiem nosacījumiem.

Mazie uzņēmumi ne tikai sniedz daudzveidīgus pakalpojumus patērētājiem, tie palīdz lielajiem uzņēmumiem efektīvāk darboties. Daudzām lielām rūpniecām piegādātāji ir tieši mazie uzņēmumi.

Mazā uzņēmuma raksturojums:

- uzņēmuma vadītāji ir arī tā īpašnieki;
- kapitāla īpašnieku skaits ir neliels vai arī tas pieder vienai fiziskai personai;
- uzņēmums darbojas ierobežotā, t.i., vietējā tirgū;
- uzņēmums pārstāv nelielu daļu no visas nozares.

Mazais uzņēmums nav liela uzņēmuma mazā versija. To juridiskās formas, tirgus situācija, finanšu piesaistīšanas iespējas un darba organizācija būtiski atšķiras no lielajiem uzņēmumiem.

Mazā uzņēmuma priekšrocības	Mazā uzņēmuma trūkumi
<ul style="list-style-type: none"> • tie ir elastīgi; ātri var ieviest jauninājumus; radīt jaunas preces; labāk izmantot vietējās izejvielas • zemākas izmaksas, jo administrācijas izmaksas ir zemas • aizņem to tirgus daļu, kas lieliem uzņēmumiem ir par mazu vai nav izdevīga 	<ul style="list-style-type: none"> • uzņēmējam ir jābūt labam vadītājam un organizatoram, jo bankrota cēloņi parasti ir neprasmīga vadīšana, nevis slikta ideja • ierobežotas finansēšanas iespējas, jo bankas ir piesardzīgas mazo uzņēmumu kredītēšanas jautājumos

Latvijā mazajiem uzņēmumiem piemērotākās juridiskās formas ir

- individuālais uzņēmums;
- individuālais komersants;
- personālsabiedrība;
- sabiedrība ar ierobežotu atbildību.

Saimniecisku darbību var veikt, arī neveidojot uzņēmumu, bet individuālā darba veidā.

Tas iespējams,

- izņemot reģistrācijas apliecību vietējā pašvaldībā;
- pērkot patentu vietējā pašvaldībā.

Individuālajā uzņēmumā ir iespējams algot citas personas, bet, strādājot individuālo darbu, tas nav atļauts.

Darbam ar reģistrācijas apliecību ir šādas prasības:

- jāuzskaita visi darījumi (pirkšana un pārdošana);
 - jāmaksā tikai iedzīvotāju ienākumu nodoklis, nav jāmaksā uzņēmuma ienākumu nodoklis;
 - jāreģistrējas kā sociālās apdrošināšanas maksājumu veicējam.
- Lai saņemtu reģistrācijas apliecību, nepieciešams
- pieteikums vietējai pašvaldībai;
 - personas dokuments, 2 fotogrāfijas;
 - dažiem darbības veidiem, piemēram, ārstiem, šoferiem, — kvalifikācijas apliecība;
 - atsevišķos gadījumos, pēc pašvaldības norādījumiem, apstiprinājums no noteiktām valsts iestādēm (veselības aizsardzības, ugunsdzēsības u. c.).

Priekšrocības darbam ar reģistrācijas apliecību	Trūkumi darbam ar reģistrācijas apliecību
<ul style="list-style-type: none"> • viegli un lēti var reģistrēt • nav nepieciešami juridiskie pakalpojumi • vienkārša ienākumu un izdevumu reģistrēšana 	<ul style="list-style-type: none"> • pilnīga atbildība • nedrīkst nodarbināt citus darbiniekus

Individuālais darbs ar patentu no darba ar reģistrācijas apliecību atšķiras ar to, ka patentu pērk un tā cena ir atkarīga no uzņēmējdarbības veida.

Patenta maksa sedz visas turpmākās nodokļu saistības un atbrīvo no apgrozījuma un ienākumu nodokļa maksāšanas.

Pašvaldība nosaka, kurus darbus var veikt ar patentu, kurus — ar reģistrācijas apliecību.

Darbam ar patentu ir šādas prasības:

- jāuzskaita visi darījumi (pirkšana un pārdošana);
- patentu var iegādāties uz laiku līdz vienam gadam, minimālais termiņš — trīs mēneši;
- jāreģistrējas kā sociālās apdrošināšanas maksājumu veicējam.

Noteikumi patenta saņemšanai ir tādi paši kā reģistrācijas apliecības saņemšanai.

Priekšrocības darbam ar patentu	Trūkumi darbam ar patentu
<ul style="list-style-type: none"> • viegli un lēti var reģistrēt • nav nepieciešami juridiskie pakalpojumi • vienkārša ienākumu un izdevumu reģistrēšana 	<ul style="list-style-type: none"> • pilnīga atbildība • katram darbības veidam jāpērk atsevišķs patents • nedrīkst nodarbināt citus darbiniekus

2.1.5. Uzņēmuma reģistrācija

Komersantu ierakstīšana komercreģistrā ar Komerclikuma spēkā stāšanās dienu notiek atbilstoši **Komerclikuma un Komerclikuma spēkā stāšanās kārtības likuma** noteikumiem. Republikas Uzņēmumu reģistrs ir valsts pārvaldes iestāde, kas darbojas Tieslietu ministrijas pārraudzībā saskaņā ar likumu "Par Latvijas Republikas

Uzņēmumu reģistru”, un tajā šobrīd eksistē divi reģistri — uzņēmumu reģistrs un komercreģistrs.

Uzņēmumiem (uzņēmējsabiedrībām), kuru uzņēmējdarbības forma neatbilst Komerclikuma noteikumiem, līdz 2004. gada 31. decembrim ir divas iespējas.

1. Jāpārveido, mainot izdevniecības formu uz tādu, kas atbilst Komerclikumam, un jāpiesaka ierakstīšanai komercreģistrā.
2. Jālikvidē.

Ir arī izņēmumi.

1. Līdz attiecīgu likumu pieņemšanai individuālie uzņēmumi, zemnieku un zvejnieku saimniecības, kooperatīvās sabiedrības un to savienības, bezpeļņas organizācijas sabiedrības ar ierobežotu atbildību, bezpeļņas organizācijas akciju sabiedrības reģistrējami Uzņēmumu reģistrā.
2. Valsts vai pašvaldības uzņēmumu attiecīgi ar Ministru kabineta rīkojumu vai pašvaldības domes (padomes) lēmumu līdz 2003. gada 31. decembrim pārveido par kapitālsabiedrību un piesaka ierakstīšanai komercreģistrā vai uzsāk šā uzņēmuma likvidāciju.
3. Individuālie (ģimenes) uzņēmumi, zemnieku un zvejnieki saimniecības, kā arī individuālā darba veicēji līdz aroddarbību regulējošā likuma spēkā stāšanās dienai darbojas atbilstoši likumam, saskaņā ar kuru tie nodibināti. Tāda individuālā uzņēmuma īpašnieks, kurš atbilst Komerclikuma 75. panta pirmajā daļā noteiktajiem kritērijiem, piesaka sevi ierakstīšanai komercreģistrā kā individuālo komersantu līdz 2004. gada 31. decembrim vai pārveido individuālo uzņēmumu par komercsabiedrību, vai ar savu lēmumu uzsāk šā uzņēmuma likvidāciju. Individuālo uzņēmumu, zemnieku un zvejnieku saimniecību īpašnieki var pārveidot savu uzņēmumu par komercsabiedrību vai pieteikt sevi pat individuālo komersantu arī tad, ja attiecīgais

uzņēmums neatbilst Komerclikuma 75. panta pirmajā daļā noteiktajiem kritērijiem.

4. Kooperatīvās sabiedrības un to savienības turpina darboties atbilstoši Kooperatīvo sabiedrību likumam bez termiņa ierobežojuma.

Uzņēmumu reģistrā iesniedzamie dokumenti un reģistrēšanas valsts nodeva ir atkarīga no izvēlētās uzņēmējdarbības formas.

Lai reģistrētu sabiedrību ar ierobežotu atbildību, Uzņēmumu reģistrā ir jāiesniedz šādi dokumenti:

- pieteikums — veidlapa, kuru var saņemt Uzņēmumu reģistrā vai Uzņēmumu reģistra mājas lapā internetā;
- dibināšanas līgums vai lēmums par sabiedrības dibināšanu, ja sabiedrību dibina viens dibinātājs;
- sabiedrības statūti — 2–3 eksemplāri;
Sabiedrības statūtos Sabiedrības komercdarbības veidi ir jānorāda atbilstoši Vispārējai ekonomiskās darbības veidu klasifikācijai (NACE);
- bankas izziņa par pamatkapitāla apmaksu (ja pamatkapitāls vai tā daļa apmaksāta naudā);
- dokumenti, kas apliecina katra mantiskā ieguldījuma vērtību (ja tiek izdarīts mantiskais ieguldījums);
- katra padomes locekļa rakstveida piekrišana būt par padomes locekli (ja sabiedrībai ir padome);
- katra valdes locekļa rakstveida piekrišana būt par valdes locekli vai rīkotājdirektora piekrišana būt par rīkotājdirektoru, ja sabiedrības izpildinstitūcijā ir viens loceklis;
- valdes locekļu vai rīkotājdirektora notariāli apliecināti parakstu paraugi;
- valdes vai rīkotājdirektora, ja sabiedrības izpildinstitūcijā ir viens loceklis, paziņojums par sabiedrības juridisko adresi;
- kvīts par valsts nodevas samaksu par sabiedrības ierakstīšanu komercreģistrā;
- kvīts par reģistrācijas sludinājuma publikācijas apmaksu oficiālajā laikrakstā "Latvijas Vēstnesis".

Konkrētāku informāciju par uzņēmējdarbības reģistrēšanai nepieciešamajiem dokumentiem un nodevām var iegūt Uzņēmumu reģistrā vai arī Uzņēmumu reģistra interneta mājas lapā.

Samaksājot parasto valsts nodevu, pieteikums tiks izskatīts 14 dienu laikā, kaut gan Komerclikuma spēkā stāšanās kārtības likums paredz, ka pārejas posmā (līdz 2004. gada 31. decembrim) lēmumu var pieņemt 30 dienu laikā. Atsevišķos sarežģītākos gadījumos Uzņēmumu reģistrs izmantos likumā noteikto maksimālo 30 dienu termiņu. Samaksājot valsts nodevu divkāršā apmērā, pieteikums tiks izskatīts četrus darba dienu laikā, bet trīskāršā apmērā, pieteikums tiks izskatīts divus darba dienu laikā.

Likuma "Par uzņēmējdarbību" 32. pants nosaka uzņēmējdarbības ierobežojumus: darbības veidus, kuriem vajadzīga speciāla atļauja — licence.

Piemēram, naudas noguldījumu piesaistišana atļauta tikai kredītiestādēm, kurām izsniegta Latvijas Bankas licence.

Licences atkarībā no konkrētā uzņēmējdarbības veida izsniedz

- pašvaldības;
- Ministru kabineta pilnvarotās instances;
- profesionālās savienības;
- Latvijas Banka.

Lai saņemtu licenci, jāvēršas attiecīgajā valsts vai pašvaldību iestādē, līdz ņemot šādus dokumentus:

- reģistrācijas apliecību,
- statūtus,
- Valsts ieņēmumu dienesta izziņu par stāšanos nodokļu maksātāju uzskaitē,
- telpu īres līgumu.

Dažu licenču saņemšanai nepieciešams iesniegt arī bankas izziņu, caur kādiem kontiem tiks veiktas norēķinu operācijas. Var tikt pieprasīti arī citi dokumenti. Pieprasījumu izskata un atbildi dod 30 dienu laikā no dokumentu iesniegšanas dienas.

Pirms licences saņemšanas jāiemaksā nodeva valsts budžetā.

2.2. UZŅĒMĒJDARBĪBAS FINANSĒŠANA

2.2.1. Finansēšanas avoti

Nauda ir svarīgs uzņēmējdarbības līdzeklis. Par to iepērk izejvielas un materiālus, maksā algas strādniekiem un administrācijai, veic citus maksājumus. Sākot biznesu, naudas avoti var būt

- paša ietaupījumi;
- aizņemtie līdzekļi.

Naudu izmanto, lai nopirktu mašīnas, iekārtas, instrumentus un citus ražošanas līdzekļus. Visus šos līdzekļus sauc par pamatlīdzekļiem. Tajos ieguldītā nauda ir iesaldēta uz ilgu laiku.

Pārējā skaidrā nauda paliek apgrozāmajiem līdzekļiem, t.i., izejvielu, materiālu, detaļu iegādei, algām u. c.

Skaidro naudu var saņemt atpakaļ pēc produkcijas realizēšanas.

Nepieciešamais apgrozāmo līdzekļu daudzums ir atkarīgs no ražošanas cikla ilguma, jo noteikts daudzums materiālu un izejvielu atrodas ražošanas procesā starp materiālu un gatavās produkcijas noliktavām.

Jo lielāki ir krājumi, jo vairāk naudas tajos ir iesaldēts.

Iesaldētos apgrozāmos līdzekļus var samazināt,

- samazinot krājumus;
- ātri realizējot precis;
- ierobežojot pārdošanu uz kredīta.

Pēc apgrozāmo līdzekļu kopsummas vērtē uzņēmuma maksātspēju un likviditāti. Pēdējais rādītājs raksturo uzņēmuma spēju laikus nomaksāt savas parādsaistības. Lai noteiktu likviditāti, tiek samēroti uzņēmuma ricībā esošie apgrozāmie līdzekļi ar īstermiņa saistībām.

Finansējot ar aizņemtiem līdzekļiem, uzņēmums saņem naudas vai preču aizdevumu no ārpusē kredītu formā.

*Kredīts ir naudas vai preču aizdevums,
kas jāatmaksā noteiktā laikā ar procentiem.*



*Naudas aizdevēju sauc par kreditoru,
bet personu, kas naudu aizņemas, —
par debitoru*

Aizņēmēji var būt gan atsevišķas personas, gan uzņēmumi.

Procenti ir atalgojums kredīta devējam par viņa naudas izmantošanu.

Mūsdienās kredīts eksistē šādās formās:

- komerckredīts;
- banku kredīts;
- patērētāju kredīts;
- valsts kredīts;
- starptautiskais kredīts;
- lizings.

Kā paligformu var aplūkot lombarda kredītu par ieķīlātajām mantām.

- Komerckredīts ir kredīts, kuru dod viens otram preču veidā. Komerckredītu apstiprina vekselis — speciāla parādzīme ar izmaksas termiņa norādi. Otrs veids ir atliktie maksājumi par pārdoto preci.
- Banku kredīts — to izsniedz banka vai citas kredītiestādes juridiskām un fiziskām personām naudas aizdevuma veidā. Kredītējot bankas pievērš uzmanību klienta maksātspējai. Kā garantants var būt vekseli, preces, vērtspapīri, nekustamais īpašums.
- Patērētāju kredīts — tiek izsniegts iedzīvotājiem, iegādājoties plaša patēriņa preces uz kredīta. Bieži izmanto māju celtniecībai, dzīvokļu un mašīnu pirkšanai u. c. Tas samazina skaidrās naudas nepieciešamību apgrozībā.

- Valsts kredīts — to piešķir valsts vai arī valsts aizņēmuma obligāciju izlaišana. Šīs obligācijas realizē kredīta iestādes. Tādā veidā valsts ir debitors un kļūst par parādnieku kredītiestādēm vai iedzīvotājiem (valsts iekšējais parāds).
- Starptautiskais kredīts — valstis aizdod cita citai kā komerc-kredītu, valsts vai banku kredītu.
- Līzings — pēdējā laikā ļoti populāra kredīta forma. Līzings paredz kredīta veidā izsniegt ražošanas līdzekļus par noteiktu līzinga procentu. Tas ir izdevīgs abām pusēm, jo rodas iespēja izmantot dārgu tehniku bez lieliem kapitālieguldījumiem un norēķināties pēc peļņas iegūšanas. Tehnikas īpašnieks savukārt mazina risku lietotāja maksātnespējas gadījumā. Bieži līzinga līgumos paredz tiesības vai pienākumu ražošanas līdzekļus pirkt pēc noteikta termiņa, to apkopi un tiesības realizēt saražoto preci.

Kredīta avoti:

- uzņēmuma uz laiku brīvie līdzekļi (amortizācijas fonds, peļņa, darba samaksa);
- valsts budžeta līdzekļi (ja ienākumi ir lielāki par izdevumiem) vai arī īpaši valsts fondi, piemēram, privatizācijas fonds;
- īpašuma vai dzīvības apdrošināšanas rezerves fonds;
- iedzīvotāju noguldījumi bankās;
- banku naudas līdzekļi un peļņa;
- līdzekļi no akciju un obligāciju realizēšanas;
- uz laiku brīvie sabiedrisko un budžeta organizāciju līdzekļi.

Kredīts jāatdod ar procentiem, ko nosaka naudas pieprasījums un piedāvājums, kā arī inflācijas līmenis.

Kredīti var būt

- īstermiņa (līdz 12 mēnešiem) — parasti apgrozāmajiem līdzekļiem;
- ilgtermiņa — pamatlīdzekļu iegādei (no 3 līdz 10–20 gadiem). Ilgtermiņa kredītus izsniedz, ņemot ķīlā zemi vai nekustamo

īpašumu (ēkas, būves). *Iekšlāt* nozīmē, ka kredīta neatmaksāšanas gadījumā zeme vai nekustamais īpašums pāriet kreditora īpašumā.

Bankas kredītus neizsniedz visiem pieprasītājiem. Pretendentam ir jāpierāda, ka iegūtā nauda tiks mērķtiecīgi izlietota, ka viņš ir spējīgs aizņemt summu un procentus atmaksāt. Bankas parasti prasa, lai aizņēmums būtu segts ar vērtīgām lietām, t.i., ķīlu vai arī materiāli nodrošinātu galvojumu. Galvot var kāda cita banka, uzņēmums vai persona. Ja naudas ņēmējs nevar laikā kredītu atmaksāt, tiesa šo aizdevumu piedzen no galvotāja.

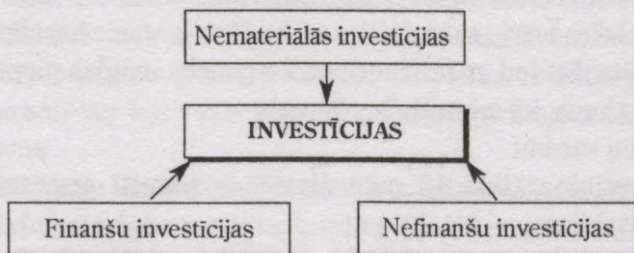
2.2.2. Analīze

Iepriekšējā nodaļā aplūkojām dažādus līdzekļu iegūšanas avotus uzņēmējdarbības uzsākšanai. Uzņēmējdarbībā līdzekļi tiek ieguldīti, lai gūtu peļņu.



*Līdzekļu ieguldījumu ar mērķi gūt peļņu
sauc par investēšanu.
Naudas vai citu līdzekļu sagādāšanu investīcijām
sauc par finansēšanu*

Atbilstoši investīciju objektam izšķir dažādus investīciju veidus.



2.5. shēma. Investīciju veidi

Nefinanšu investīcijas ir līdzekļu ieguldījums materiālos objektos, piemēram, ražošanas līdzekļos, zemes gabalos, ēkās, krājumos.

Finanšu investīcijas ir ieguldījums vērtspapīros, citu uzņēmumu daļās.

Nemateriālās investīcijas ir investīcijas, kuras iegulda, piemēram, tirgus izpētē, reklāmā, darbinieku kvalifikācijas celšanā un citos pasākumos.

Ja līdzekļus iegulda uzņēmējdarbībā, tad šo investīciju mērķis ir peļņa. Sakarību starp investēšanu un kreditēšanu uzskatāmi var attēlot, izmantojot uzņēmuma bilanci (2.4. shēma).

BILANCE

Aktīvs (līdzekļi)	Pasīvs (kapitāls)
Kapitāla izmantošana Investīcijas	Kapitāla izcelšanās Finansēšana
Pamatlīdzekļi Aprozāmie līdzekļi	Pašu kapitāls Aizņemtais kapitāls

2.4. shēma. Sakarība starp investēšanu un finansēšanu

Uzņēmējdarbības projektu (variantu) izdevīguma novērtēšanai var izmantot dažādus kritērijus.

1. Peļņa ir galvenais uzņēmuma darbības efektivitātes rādītājs. Bruto peļņa ir apgrozījuma ieņēmumu pārsniegums pār pārdotās produkcijas ražošanas izmaksām.
2. Investīciju atmaksāšanas laiks (t) izsaka, cik ilgā laikā (parasti gados) ieguldītie līdzekļi tiks atgūti. (Pieņem, ka peļņas lielums būtiski nemainīsies vairāku gadu laikā.) Aprēķina formula:

$$t = \frac{INV}{Pg} \text{ (gadi)}$$

INV — investīciju vērtība
Pg — bruto peļņas lielums gadā

Jo t ir mazāks, jo atmaksāšanās ir ātrāka.

3. Rentabilitāte ir uzņēmuma darbības efektivitātes rādītājs. Vispārējā gadījumā rentabilitāti nosaka, uzņēmuma peļņu daļot ar uzņēmuma kopējo vai pašu kapitālu. Rentabilitāti nosaka procentos. Jo augstāks šis procenta līmenis, jo uzņēmuma darbība ir efektīvāka.

Rentabilitātes izsaka, kādu investīciju daļu atgūst gada laikā (pieņēmumi iepriekšējie). Aprēķina formula:

$$\text{Rentabilitāte} = \frac{1}{t} = \frac{Pg}{INV} \text{ (decimāldaļa, var izteikt \%)}$$

Jo lielāka rentabilitāte, jo augstāka investīciju atdeve.

Ieguldītajam kapitālam jādod peļņa, kura ir lielāka nekā aizņemtā kapitāla procenti.

4. Īpatnējās izmaksas (Z) izsaka, cik nosacīti izmaksātu vienas uzņēmuma jaudas mērvienības iegāde.

Dibinot uzņēmumu, svarīgi zināt tā lielumu jeb jaudu. Piemēram, veikala lielumu var raksturot tirdzniecības zāles platība, viesnīcas lielumu — numuru un vietu skaits, mēbeļu darbnīcas jaudu — maksimālais izgatavojamo mēbeļu komplektu daudzums utt.

Aprēķina formula:

$$Z = \frac{INV}{M} \text{ (Ls/mērvien.)}$$

M — uzņēmuma jauda

Jo Z ir mazāks, jo lētākas ir uzņēmuma iegādāšanās izmaksas.

5. Reducētās izmaksas R izsaka, cik nosacīti izmaksātu vienas uzņēmuma jaudas mērvienības iegāde un ekspluatācija, rēķinot uz vienu gadu.

Aprēķina formula:

$$R = C_g + K_{\text{krit}} \times \frac{\text{INV}}{M} \text{ (Ls/mērvien.)}$$

C_g — ekspluatācijas izmaksas gadā, arī ražošanas izmaksas, K_{krit} — koeficients, kas nosaka, kādu investīciju daļu varētu attiecināt uz vienu gadu. Piemēram, ja $K_{\text{krit}} = 0,25$ m, tas nozīmē, ka katru gadu varētu attiecināt $1/4$ daļu visu investīciju jeb paredzama investīciju atgūšana četros gados. Šo lielumu (kritēriju) nosaka pats uzņēmējs.

Jo R ir mazāks, jo lētākas ir uzņēmuma iegādāšanās un ekspluatācijas izmaksas.

Ar šādiem rādītājiem var vienkāršoti raksturot savas iespējamās uzņēmējdarbības atmaksāšanos un salīdzinošu lētumu vai dārdzību.

Investīciju vērtējuma kritēriji:

2.1. tabula

Atmaksāšanās	Dārdzība — lētums
Rentabilitāte	Īpatnējās izmaksas
Atmaksāšanās laiks	Reducētās izmaksas

Lai novērtētu un salīdzinātu dažādas ieguldījumu iespējas, izmantosim piemēru.

Anna vēlas atvērt nelielu frizētavu. Palīdziet viņai novērtēt divus iespējamus variantus.

2.2. tabula

Nosaukums	Mērvienība	Lielums 1. variants	Lielums 2. variants
Darba vietas	skaits	4	5
Investīcijas telpu, iekārtu un mēbeļu iegādei, līdzekļi darbības uzsākšanai	Ls	27 700	29 400
Sagaidāmā klientūra (gadā)	skaits	5100	9400
Ražošanas izmaksas (telpu uzturēšana, personāla algas, materiāli, darba rīki utt.)	Ls/mēnesī	2890	3450
Vidējie ieņēmumi no viena pakalpojuma	Ls/pakalp.	8	5

Ris in ā j u m s

1. Peļņu aprēķināsim kā ieņēmumu un izmaksu (ekspluatācijas izmaksu) starpību.

Ieņēmumi:

1. variants

$$8 \text{ Ls/pakalp.} \times 5100 \text{ klientu/gadā} = 40\,800 \text{ Ls/gadā}$$

2. variants

$$5 \text{ Ls/pakalp.} \times 9400 \text{ klientu/gadā} = 47\,000 \text{ Ls/gadā}$$

Izmaksas:

1. variants

$$C_g = 2890 \text{ Ls/mēn.} \times 12 \text{ mēn.} = 34\,680 \text{ Ls/gadā}$$

2. variants

$$C_g = 3450 \text{ Ls/mēn.} \times 12 \text{ mēn.} = 41\,400 \text{ Ls/gadā}$$

Peļņa:

1. variants $P_g = 40\,800 - 34\,680 = 6120 \text{ Ls/gadā}$

2. variants $P_g = 47\,000 - 41\,400 = 5600 \text{ Ls/gadā}$

2. Investīciju atmaksāšanās laiks:

$$1. \text{ variants} \quad t = 27\,700 : 6120 = 4,5 \text{ gadi}$$

$$2. \text{ variants} \quad t = 29\,400 : 5600 = 5,3 \text{ gadi}$$

Ātrāk atmaksātos 1. variants.

3. Rentabilitāte:

$$1. \text{ variants} \quad k = 1 : 4,5 = 0,22 = 22\% \text{ gadā}$$

$$\text{vai arī} \quad k = 6120 : 27\,700 = 0,22$$

$$2. \text{ variants} \quad k = 1 : 5,3 = 0,19 = 19\% \text{ gadā}$$

$$\text{vai arī} \quad k = 5600 : 29\,400 = 0,19$$

Investīciju atdeve 1. variantam būtu augstāka.

4. Īpatnējās izmaksas:

$$1. \text{ variants} \quad Z = 27\,700 : 4 = 6925 \text{ Ls uz 1 darba vietu}$$

$$2. \text{ variants} \quad Z = 29\,400 : 5 = 5880 \text{ Ls uz 1 darba vietu}$$

Iegādāšanās izmaksu ziņā lētāks būtu 2. variants.

5. Reducētās izmaksas, pieņemot, ka vēlamā investīciju atdeve ir 20% gadā jeb $K_{\text{krit}} = 0,20$:

1. variants

$$R = (34\,680 + 0,20 \times 27\,700) : 4 = 10\,055 \text{ Ls uz darba vietu}$$

2. variants

$$R = (41\,400 + 0,20 \times 29\,400) : 5 = 9456 \text{ Ls uz darba vietu}$$

Arī iegādāšanās un ekspluatācijas izmaksu ziņā 2. variants būtu lētāks.

Secinājums. Labāk atmaksātos 1. variants, kaut arī būtu dārgāks. Tomēr galīgais lēmums par izdevīgāko variantu būtu pieņemams, zinot finansēšanas iespējas, papildus apsverot situāciju tirgū un ievērojot citus konkrētos apstākļus, piemēram, inflāciju.

2.3. DARBA LIKUMDOŠANA

2.3.1. Darba tiesības

Ikvienam uzņēmējam jāsaprot, ka viņa ideja nevar tikt realizēta bez kvalificētiem darbiniekiem. No darbiniekiem ir atkarīga uzņēmuma darbības kvalitāte un efektivitāte. Uzņēmējam un darbiniekam ir savas personīgās intereses, un šīs intereses ne vienmēr saskan. Tāpēc valsts uzņemas darbinieku un darba devēju attiecību regulēšanu.

Darba tiesiskās attiecības regulē Latvijas Republikas Satversme, Latvijai saistošās starptautisko tiesību normas, Darba likums un citi normatīvie akti.

Darba likums stājās spēkā 2002. gada 1. jūnijā, aizstājot Latvijas Darba likumu kodeksu un likumu "Par darba koplīgumiem", kas bija morāli novecojuši tirgus ekonomikas apstākļiem. Darba likums nosaka darba tiesību sistēmas galvenos terminus un principus. Darba likums un citi normatīvie akti, kas regulē darba tiesiskās attiecības, ir saistoši visiem darba devējiem neatkarīgi no to tiesiskā statusa un darbiniekiem, ja darba devēju un darbinieku savstarpējās tiesiskās attiecības dibinātas uz darba līguma pamata.

Darbinieks ir fiziska persona, kas uz darba līguma pamata par nolīgto darba samaksu veic noteiktu darbu darba devēja vadībā.

Darba devējs ir fiziska vai juridiska persona vai arī tiesībspējīga personālsabiedrība, kas uz darba līguma pamata nodarbina vismaz vienu darbinieku



Darba likums nosaka, ka ikvienam ir vienlīdzīgas tiesības uz darbu, taisnīgiem, drošiem un veselībai nekaitīgiem darba apstākļiem, kā arī uz taisnīgu darba samaksu. Šīs tiesības saskaņā ar likumu

nodrošināmas bez jebkādas tiešas vai netiešas diskriminācijas — neatkarīgi no personas rases, ādas krāsas, dzimuma, vecuma, invaliditātes, reliģiskās, politiskās vai citas pārliecības, nacionālās vai sociālās izcelsmes, mantiskā vai ģimenes stāvokļa vai citiem apstākļiem.

Gan darbiniekiem, gan darba devējiem ir tiesības brīvi apvienoties organizācijās un iestāties tajās, lai aizstāvētu savas sociālās, ekonomiskās un profesionālās tiesības un intereses.

Lai iegūtu priekšstatu par Darba likuma saturu, aplūkosim tā daļas, sadaļas un nodaļas.

Darba likums

A daļa. Vispārīgie noteikumi

1. nodaļa. Darba tiesību sistēma un tās pamatprincipi
2. nodaļa. Darbinieku pārstāvības vispārīgie noteikumi
3. nodaļa. Starptautiskās darba tiesības
4. nodaļa. Termini

B daļa. Darba koplīgums

5. nodaļa. Darba koplīguma vispārīgie noteikumi
6. nodaļa. Darba koplīguma spēks
7. nodaļa. Darba koplīguma noslēgšanas un grozīšanas kārtība
8. nodaļa. Strīdu izšķiršana

C daļa. Darba līgums

9. nodaļa. Darba līguma vispārīgie noteikumi

Pirmā sadaļa. Darba tiesisko attiecību nodibināšana

10. nodaļa. Darba sludinājums un darba līguma sagatavošana
11. nodaļa. Darba līguma noslēgšana
12. nodaļa. Darba tiesisko attiecību ilgums
13. nodaļa. Pārbaude, pieņemot darbā

Otrā sadaļa. Darbinieka saistības

- 14. nodaļa. Darbinieka saistības vispārīgie noteikumi
- 15. nodaļa. Darbinieka saistības izpildījuma veids, apmērs, laiks un vieta
- 16. nodaļa. Darba kārtība un darba devēja rikojumi

Trešā sadaļa. Darba samaksa

- 17. nodaļa. Darba samaksas vispārīgie noteikumi
- 18. nodaļa. Piemaksas
- 19. nodaļa. Darba samaksas izmaksa
- 20. nodaļa. Darbinieka izdevumu atlīdzināšana
- 21. nodaļa. Ieturējumi no darba samaksas un to ierobežojumi

Ceturtnā sadaļa. Darbinieka pienākumi un tiesības

- 22. nodaļa. Darbinieka pienākumi
- 23. nodaļa. Darbinieka atbildība
- 24. nodaļa. Darbinieka tiesības
- 25. nodaļa. Darba līguma grozīšana

Piektā sadaļa. Darba tiesisko attiecību izbeigšanās

- 26. nodaļa. Uzteikums
- 27. nodaļa. Citi darba tiesisko attiecību izbeigšanās pamati
- 28. nodaļa. Uzņēmuma pāreja citai personai
- 29. nodaļa. Darbinieka aizsardzība, izbeidzot darba tiesiskās attiecības
- 30. nodaļa. Darba devēja pienākumi, atlaižot darbinieku no darba

D daļa. Darba laiks un atpūtas laiks

Sestā sadaļa. Darba laiks

- 31. nodaļa. Darba laika vispārīgie noteikumi
- 32. nodaļa. Darba laika organizācija

Septītā sadaļa. Atpūtas laiks

- 33. nodaļa. Atpūtas laika vispārīgie noteikumi
- 34. nodaļa. Pārtraukumi
- 35. nodaļa. Atvaļinājumi

Pārejas noteikumi

2.3.2. Darba līgumi

Līgums ir dokuments, kas fiksē divu vai vairāku juridisko vai fizisko personu, t.s. pušu, savstarpēju vienošanos par kādu attiecību nodibināšanu un noteikumus, kas regulē šīs attiecības



Līguma slēdzējas puses uzņemas noteiktas saistības. Vienošanās attiecību raksturs un saturs ir neierobežoti plašs, tāpēc arī līgumi ir tikpat daudzveidīgi. Piemēram, darba līgums, pirkšanas un pārdošanas līgumi, produkcijas piegādes līgums. Atsevišķiem līgumu veidiem ir izstrādāti veidlapu paraugi un noteikumi to noformēšanai.

Līgumu slēgšanu un tajos ietverto saistību izpildi regulē Latvijas Republikas Civillikums, īpaši tā saistību tiesību daļa, kā arī citi likumi un normatīvie akti, kas paredz un nosaka arī attiecību noformēšanas kārtību un veidu noteiktiem darījumiem, nozarēm u.tml.

Šajā nodaļā runāsim par darba attiecību regulējošiem līgumiem. Darba līgumos atspoguļojas darba attiecības starp darbinieku un darba devēju. Ir darba koplīgums un darba līgums (individuāls).

Darba koplīgumu uzņēmumā slēdz darba devējs un darbinieku arodbiedrība vai darbinieku pilnvaroti pārstāvji, ja darbinieki nav apvienojušies arodbiedrībā. Darba koplīgumā puses vienojas par noteikumiem, kas regulē darba tiesisko attiecību saturu, it īpaši darba samaksas un darba aizsardzības organizāciju, darba tiesisko attiecību nodibināšanu un izbeigšanu, darbinieku kvalifikācijas celšanu, kā arī darba kārtības, darbinieku sociālās aizsardzības un citus ar darba tiesiskajām attiecībām saistītus jautājumus, un nosaka savstarpējās tiesības un pienākumus. Darba koplīgums slēdzams rakstveidā. Darba devēja pienākums ir gādāt par to, lai darba koplīguma teksts būtu pieejams ikvienam darbiniekam.

Darba devējs un darbinieks savstarpējās darba tiesiskās attiecības nodibina ar darba līgumu. Ar darba līgumu darbinieks uzņemas veikt noteiktu darbu, pakļaujoties noteiktai darba kārtībai un darba devēja rīkojumiem, bet darba devējs — maksāt nolīgto darba samaksu un nodrošināt taisnīgus, drošus un veselībai nekaitīgus darba apstākļus



Darba likuma C daļa *Darba līgums* ietver ne tikai darba līgumu saturu, bet arī citus ar darba līgumiem saistītos jautājumus. Aplūkosim būtiskākos.

1. Darba tiesisko attiecību nodibināšana, kurā tiek atrunāti darba sludinājums, darba interviju un darba līgumu nosacījumi.

Darba sludinājums (darba devēja paziņojums par brīvajām darba vietām) nedrīkst attiekties tikai uz vīriešiem vai tikai uz sievietēm, izņemot gadījumu, kad piederība pie noteikta dzimuma ir attiecīgā darba veikšanas vai attiecīgās nodarbošanās objektīvs un pamatots priekšnoteikums. Darba sludinājumā aizliegts norādīt vecuma ierobežojumus, izņemot gadījumu, kad saskaņā ar likumu personas noteiktā vecumā nedrīkst veikt attiecīgu darbu.

Darba intervija ir darba devēja sagatavota mutvārdu vai rakstveida aptauja pretendenta piemērotības novērtēšanai. Tā ir neatņemama darba attiecību nodibināšanas sastāvdaļa



Darba likums nosaka tos jautājumus, kurus darba devējs nav tiesīgs uzdot potenciālajam darbiniekam. Nav pieļaujami jautājumi par:

- grūtniecību, izņemot gadījumu, kad paredzēto darbu vai nodarbošanos nevar veikt grūtniecības laikā;
- ģimenes vai laulības stāvokli;
- iepriekšēju sodāmību, izņemot gadījumu, kad tam attiecībā uz veicamo darbu varētu būt būtiska nozīme;
- reliģisko pārliecību vai piederību pie kādas reliģiskās konfesijas;
- piederību pie kādas politiskās partijas, darbinieku arodbiedrības vai citas sabiedriskās organizācijas;
- nacionālo vai etnisko izcelsmi.

Darba devējam intervijas laikā ir pienākums iepazīstināt pretendentu ar uzņēmumā spēkā esošo darba koplīgumu un darba kārtības noteikumiem, kā arī sniegt citu informāciju, kam ir būtiska nozīme darba līguma noslēgšanā. Savukārt pretendētājam ir pienākums sniegt informāciju darba devējam par savu veselības stāvokli un profesionālo sagatavotību, ciktāl tai ir būtiska nozīme darba līguma noslēgšanā un paredzētā darba veikšanā.

Darba līgums uzskatāms par noslēgtu ar brīdi, kad darbinieks un darba devējs ir vienojušies par veicamo darbu un darba samaksu, kā arī darbinieka turpmāku pakļaušanos noteiktai darba kārtībai un darba devēja rīkojumiem.

Darba līgums slēdzams rakstveidā un Darba likums stingri nosaka darba līguma saturu.

Darba līgumā jānorāda:

- darbinieka vārds, uzvārds, personas kods, dzīvesvieta, darba devēja vārds, uzvārds (nosaukums), reģistrācijas numurs un adrese;
- darba tiesisko attiecību sākuma datums;
- darba tiesisko attiecību paredzamais ilgums (ja darba līgums noslēgts uz noteiktu laiku);
- darba vieta (ja darba pienākumu veikšana nav paredzēta kādā noteiktā darba vietā, to, ka darbinieku var nodarbināt dažādās vietās);

- darbinieka profesija (arods, amats) un vispārīgs noligtā darba raksturojums;
- darba samaksas apmērs un izmaksas laiks;
- noligtais dienas vai nedēļas darba laiks;
- ikgadējā apmaksātā atvaļinājuma ilgums;
- darba līguma uzteikuma termiņš;
- darba koplīgums, darba kārtības noteikumi, kas piemērojami darba tiesiskajām attiecībām.

Darba līgumu sagatavo divos eksemplāros, viens glabājas pie darbinieka, otrs — pie darba devēja. Darba devējam ir pienākums gādāt par darba līgumu noslēgšanu rakstveidā un veikt noslēgto darba līgumu uzskaiti.

Darba līgumu slēdz uz **nenoteiktu laiku**, izņemot likumā noteiktos gadījumus.

Darba līgumu uz **noteiktu laiku** var noslēgt, lai veiktu noteiktu īslaicīgu darbu, ar to saprotot:

- sezonas rakstura darbu;
- darbu tādās darbības jomās, kurās darba līgums parasti netiek slēgts uz nenoteiktu laiku, ņemot vērā attiecīgās nodarbošanās raksturu vai arī attiecīgā darba pagaidu raksturu;
- promesoša vai no darba atstādināta darbinieka aizstāšanu, kā arī tāda darbinieka aizstāšanu, kura pastāvīgā darba vieta kļuvusi brīva līdz brīdim, kad tiks pieņemts darbā jauns darbinieks;
- gadījuma darbu, kas uzņēmumā parasti netiek veikts;
- noteiktu pagaidu darbu, kas saistīts ar uzņēmuma darbības apjoma īslaicīgu paplašināšanos vai ražošanas apjoma pieaugumu;
- neatliekamam darbu, lai novērstu nepārvaramas varas, nejauša notikuma vai citu ārkārtēju apstākļu izraisītas sekas, kuras nelabvēlīgi ietekmē vai var ietekmēt parasto darba gaitu uzņēmumā;

- bezdarbniekam paredzētu algotu pagaidu sabiedrisko darbu vai darbu, kas saistīts ar bezdarbnieka profesionālo apmācību vai pārkvalificēšanu.

Minētos darbus nosaka Ministru kabinets.

Uz noteiktu laiku noslēgta darba līguma termiņš nevar būt ilgāks par diviem gadiem. Termiņš, uz kādu noslēgts darba līgums, lai veiktu sezonas rakstura darbu, nevar būt ilgāks par 10 mēnešiem viena gada laikā.

Noslēdzot darba līgumu, var noteikt pārbaudi, lai noskaidrotu, vai darbinieks atbilst viņam uzticētā darba veikšanai. Pārbaudes termiņš nedrīkst būt ilgāks par trim mēnešiem. Darba devējam, uzteicot darba līgumu pārbaudes laikā, nav pienākums norādīt šāda uzteikuma iemeslu.

Darba likums vairs neparedz darba grāmatiņas nepieciešamību.

Darba līgumiem ir jābūt pārdomātiem un rūpīgi izstrādātiem, lai vēlāk nerastos nevajadzīgas problēmas, kas kavētu uzņēmuma darbu.

2. Darba samaksas jautājumi

Darba samaksa likuma izpratnē ir darbiniekam regulāri izmaksājamā atlīdzība par darbu, kura ietver darba algu un normatīvajos aktos, darba koplīgumā vai darba līgumā noteiktās piemaksas, kā arī prēmijas un jebkuru cita veida atlīdzību saistībā ar darbu.

Minimālā darba alga nedrīkst būt mazāka par valsts noteikto minimālo darba algu. Minimālo mēneša darba algu normālā darba laika ietvaros, kā arī minimālo stundas tarifa likmi nosaka Ministru kabinets. Likumā ir minētas divas algas sistēmas:

- laika algu aprēķina atbilstoši faktiski nostrādātajam darba laikam neatkarīgi no paveiktā darba daudzuma;
- akorda algu aprēķina atbilstoši paveiktā darba daudzumam neatkarīgi no laika, kādā tas paveikts.

Darbiniekam, kas pie viena un tā paša darba devēja līdztekus

nolīgtajam pamatdarbam veic papildu darbu, ir tiesības saņemt atbilstošu piemaksu par šāda darba veikšanu. Piemaksu var noteikt darbiniekam, kas veic darbu īpašos apstākļos, kuri saistīti ar paaugstinātu risku viņa drošībai vai veselībai.

Likums nosaka, ka darbinieks, kas veic nakts darbu, saņem piemaksu ne mazāk kā 50 procentu apmērā no viņam noteiktās stundas vai dienas algas likmes. Darbinieks, kas veic virsstundu darbu, darbu nedēļas atpūtas laikā vai svētku dienā, saņem piemaksu ne mazāk kā 100 procentu apmērā no viņam noteiktās stundas vai dienas algas likmes. Darba koplīgumā vai darba līgumā var noteikt lielākas piemaksas.

3. Darbinieka pienākumi un tiesības

Darbiniekam savu darba pienākumu ietvaros **ir pienākums** rūpēties par to, lai pēc iespējas novērstu vai mazinātu šķēršļus, kas nelabvēlīgi ietekmē vai var ietekmēt parasto darba gaitu uzņēmumā. Darbiniekam ir pienākums neizpaust viņa ricībā nonākušo informāciju, kas ir darba devēja komercnoslēpums. Darba devējam ir pienākums rakstveidā norādīt, kura informācija uzskatāma par komercnoslēpumu.

Likums ierobežo negodīgu konkurenci no iepriekšējo darbinieku puses. Vienošanās par konkurences ierobežošanu jānoformē rakstveidā. Tā var attiekties tikai uz darbības jomu, kurā darbinieks bija nodarbināts un ierobežo konkurenci tikai uz diviem gadiem. Vienošanās ietver darba devēja pienākumu maksāt bijušajam darbiniekam konkrētu naudas summu kā atlīdzību par šo konkurences ierobežojumu.

Darbiniekam **ir tiesības** slēgt darba līgumu ar vairākiem darba devējiem, ja darba līgumā vai darba koplīgumā nav noteikts citādi. Darbinieka tiesības veikt blakus darbu var ierobežot darba devējs, ciktāl tas attaisnojams ar darba devēja pamatotām un aizsargājamām interesēm, it īpaši ja šāds blakus darbs negatīvi ietekmē vai var ietekmēt darbinieka saistību pienācīgu izpildi.

4. Darba tiesisko attiecību izbeigšana

Darba attiecības var izbeigt pēc darbinieka vai darba devēja uzteikuma.

Darbiniekam ir tiesības rakstveidā uzteikt darba līgumu vienu mēnesi iepriekš, ja darba koplīgumā vai darba līgumā nav noteikts īsāks uzteikuma termiņš.

Darba devējam ir tiesības rakstveidā uzteikt darba līgumu šādos gadījumos:

- darbinieks bez attaisnojoša iemesla būtiski pārkāpis darba līgumu vai noteikto darba kārtību;
- darbinieks, veicot darbu, rīkojies prettiesiski un tādēļ zaudējis darba devēja uzticību;
- darbinieks, veicot darbu, rīkojies pretēji labiem tikumiem, un šāda rīcība nav savienojama ar darba tiesisko attiecību turpināšanu;
- darbinieks, veicot darbu, ir alkohola, narkotiku vai toksiska reibuma stāvoklī;
- darbinieks rupji pārkāpis darba aizsardzības noteikumus un apdraudējis citu personu drošību un veselību;
- darbiniekam nav pietiekamu profesionālo spēju noligtā darba veikšanai;
- darbinieks nespēj veikt noligto darbu veselības stāvokļa dēļ, un to apliecina ārsta atzinums;
- ir atjaunots darbā darbinieks, kurš agrāk veica attiecīgo darbu;
- tiek samazināts darbinieku skaits;
- tiek likvidēts darba devējs — juridiskā persona vai personālsabiedrība.

Uzteicot darba līgumu, darba devējam ir pienākums rakstveidā paziņot darbiniekam par tiem apstākļiem, kas ir darba līguma uzteikuma pamatā. Likumā ir noteikts atlaišanas pabalsta apmērs atkarībā no algas lieluma un attiecīgajā uzņēmumā nostrādātā laika, taču ne visos gadījumos darba devēja pienākums ir maksāt šos pabalstus.

Darbinieks var iesniegt tiesā prasību par darba devēja uzteikuma atzīšanu par spēkā neesošu viena mēneša laikā no uzteikuma saņemšanas dienas.

Darba likums noteic, ka darbinieka normālais dienas darba laiks nedrīkst pārsniegt astoņas stundas, bet normālais nedēļas darba laiks — 40 stundas. Darba līgumā darba devējs un darbinieks var vienoties par nepilna darba laika noteikšanu, kas ir īsāks par normālo dienas vai nedēļas darba laiku. Virsstundu darbs nedrīkst pārsniegt 48 stundas četru nedēļu periodā un 200 stundas kalendāra gadā. Darba devējam ir pienākums precīzi uzskaitīt katra darbinieka nostrādātās stundas, virsstundas un nedēļas atpūtas laikā nostrādātās stundas. Ikvienam darbiniekam ir tiesības uz ikgadējo apmaksāto atvaļinājumu. Šāds atvaļinājums nedrīkst būt īsāks par četrām kalendāra nedēļām, neskaitot svētku dienas.

Iespējams slēgt arī **uzņēmuma līgumu**. Uzņēmuma līgumu izmanto tad, ja viena puse apņemas par atlīdzību ar saviem darbarīkiem izpildīt kādu pasūtījumu, izgatavot lietu vai noorganizēt pasākumu. Piemēram, ja darba devējs vēlas veikt biroja remontu vai noligt tirdzniecības aģentu, labākais variants ir uzņēmuma līgums.

Darba līgums paredz, ka darba devējam jāveic ikmēneša sociālie maksājumi par darbinieku, jāapmaksā pagaidu darba nespējas lapa. Slēdzot uzņēmuma līgumu, darba izpildītājs pats rūpējas par nodokļu nomaksāšanu, darba organizēšanu un nepieciešamo atļauju saņemšanu.

- Jebkuram darbiniekam un darba devējam ir svarīgi zināt Darba likumā ietvertās normas!
- Strīdu gadījumā pierādīšanas pienākums ir darba devējam, tāpēc svarīgi ir pareizi noformēt visus dokumentus, balstoties uz likuma pantiem

Tālāk doto darba līguma paraugu var izmanto darba līgumu noformēšanai, attiecīgi papildinot to ar nepieciešamām ziņām un noteikumiem.

Darba līguma paraugs

DARBA LĪGUMS Nr. _____
(paraugs)

(darba līguma noslēgšanas vieta) (darba līguma noslēgšanas laiks)

(darba devēja pilns oficiālais nosaukums, reģistrācijas Nr., adrese)
turpmāk saukts — “**Darba devējs**”

(amatpersona vai pilnvarots pārstāvis, kuram ir tiesības pieņemt un atlaist darbiniekus)

no vienas puses, un

(darbinieka vārds, uzvārds)

personas kods _____

dzīvo _____

pase (dzimšanas apliecība, bezvalstnieka apliecība u. c.) Nr. _____

izdota _____

turpmāk saukts (-a) — “**Darbinieks**”, no otras puses, noslēdz līgumu par:

1. **Darbinieks** stājas darbā pie **Darba devēja** un **Darba devējs** pieņem viņu darbā par _____

(amats, profesija vai kvalifikācijas kategorija un darbavietas nosaukums vai apzīmējums)

Darbinieks uzsāk darbu ar _____

(gads, datums)

Darbiniekam tiek noteikts pārbaudes termiņš (līdz trim mēnešiem) _____

2. Darbinieka pienākumi:

2.1. Izpildīt:

2.1.1. pamatdarbā _____
(arodu, amatu)

(norādīt darba vietu, ja darba pienākumu veikšana nav paredzēta kādā konkrētā darba vietā, to, ka darbinieku var nodarbināt dažādās vietās)

Vispārīgs nolīgta darba raksturojums _____

(Vai — saskaņā ar amata aprakstu, kas ir neatņemama šī līguma sastāvdaļa)

2.1.2. profesiju (amatu) apvienošanas kārtībā _____

2.2. Veikt papilduzdevumus (papildu darbu) _____

(pildīt citus Darba devēja rīkojumus, kas nav pretrunā ar likumdošanu un šo līgumu)

2.3. Izmantot darba vajadzībām **Darbiniekam** piederošo aprīkojumu (darbarīkus) _____

2.4. **Darbiniekam** ir pienākums ievērot iekšējās darba kārtības noteikumus (var būt neatņemama šī līguma sastāvdaļa) un pildīt darba devēja rīkojumus, ievērot darba aizsardzības, drošības un darba higiēnas prasības, saudzīgi izturēties pret **Darba devēja** mantu, neizpaust ražošanas, komerciālos un citus noslēpumus, to skaitā darba algas, piemaksu un prēmijas apmērus.

2.5. Pamatojoties uz attiecīgu **Darba devēja** rīkojumu, veikt veselības pārbaudi gadījumos, kad šādas pārbaudes veikšana paredzēta normatīvajos aktos vai darba koplīgumā.

3. **Darbinieks** uzņemas pilnu materiālo atbildību par viņam nodotajām **Darba devēja** naudas, materiālajām un citām vērtībām, par kurām **Darbinieks** sistemātiski (uz dokumentu pamata) atskaitās **Darba devēja** grāmatvedībai.

3.1. Ejot atvaļinājumā vai beidzoties darba attiecībām, **Darbinieka** pienākums ir viņa atbildībā esošās vērtības nodot ar aktu **Darba devēja** norādītajam darbiniekam.

3.2. **Darbinieks** atlīdzina jebkurus zaudējumus, ja tie radušies **Darbinieka** prettiesiskas rīcības (vai bezdarbības) rezultātā vai ja **Darbinieks** bez attaisnojoša iemesla neveic darbu, vai veic to nepienācīgi.

3.3. **Darbinieks** atbild par visiem **Darba devēja** zaudējumiem, ja tie nodarīti ar **Darbinieka** ļaunu nolūku vai tādas prettiesiskas, vainojamas rīcības dēļ, kas nav saistīta ar noligtā darba veikšanu.

3.4. **Darbinieks** atbild vienīgi par **Darba devēja** tagadējās mantas samazinājumu, bet neatbild par sagaidāmās peļņas atrāvumu.

3.5. Neizdarīt darbības, kas var kaitēt **Darba devēja** reputācijai sabiedrībā.

4. **Darba devēja** pienākumi:

4.1. Samaksāt **Darbiniekam** saskaņā ar darba koplīguma un šī līguma noteikumiem:

4.1.1. pamatalgu (mēnešalgu (amatalgu) stundas tarifa likmi) _____;

4.1.2. maksu par profesiju (amatu) apvienošanu _____;

4.1.3. piemaksu par kaitīgiem darba apstākļiem _____;

4.1.4. piemaksu par virsstundu darbu, darbu nedēļas atpūtas laikā un svētku dienā _____;

4.1.5. piemaksu par nakts darbu _____;

4.1.6. piemaksu par darbu īpašos apstākļos _____;

4.1.7. darba samaksu izmaksāt divas reizes mēnesī (katra mēneša

_____ datumos). Ja darba samaksas izmaksas dienas sakrīt ar nedēļas atpūtas vai svētku dienu, darba samaksu izmaksāt pirms attiecīgās dienas;

4.1.8. darba samaksas izmaksas veids _____;

(bezskaidras naudas norēķini vai skaidrā naudā)

4.1.9. izmaksājot darba samaksu, izsniedz rakstveidā sagatavotu darba samaksas aprēķinu;

4.1.10. veikt sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas;

4.1.11. apmaksāt izdevumus, kuri **Darbiniekam** radušies sakarā ar viņam piederošā darba aprīkojuma nolietošanu (amortizāciju) vai kuri radušies ar šī **Darbiniekam** piederošā aprīkojuma bojājumu vai bojāeju un par kuriem darbinieks nav vainojams vai arī ja **Darba devējs** ar saviem rīkojumiem vai, nenodrošinot pienācīgus daba apstākļus, bijis vainīgs to nodarīšanā.

4.1.12. Nekvalitatīvi padarītu darbu **Darba devējam** ir tiesības neapmaksāt.

4.2. Nodrošināt darba apstākļus, kas paredzēti likumdošanas aktos, darba koplīgumā, darba kārtības noteikumos un šajā līgumā, pirms stāšanās darbā iepazīstināt darbinieku ar veicamo darbu un tā apstākļiem, darba kārtības, drošības tehnikas un citiem noteikumiem.

4.3. Sekmēt **Darbinieka** kvalifikācijas paaugstināšanu

_____.

4.4. Darba laiks **Darbiniekam** (normālais darba laiks, nepilns darba laiks, piecu dienu darba nedēļa, sešu dienu darba nedēļa, maiņu darbs, nakts darbs, summētais darba laiks) _____.

4.5. Ikgadējā apmaksātā atvaļinājuma ilgums **Darbiniekam** ir _____ kalendāra nedēļas (minimālais atvaļinājuma garums ir četras kalendāra nedēļas), neieskaitot svētku dienas. Papildatvaļinājumi darbiniekiem, kuriem ir trīs vai vairāk bērni vecumā līdz 16 gadiem vai bērns invalīds vai kuri ir pakļauti īpašam riskam — ne mazāk kā trīs darba dienas.

4.6. Papildus likumdošanas aktos un koplīgumā paredzētajiem atvieglojumiem noteikt darba, sociālos un sadzīves atvieglojumus:

5. Darba līgums noslēgts _____.
(uz noteiktu laiku, uz nenoteiktu laiku)

Ja pēc šī darba līguma termiņa izbeigšanās neviena no pusēm nav pieprasījusi līgumu izbeigt un darba attiecības faktiski turpinās, līgums uzskatāms par pagarinātu uz nenoteiktu laiku pēc iepriekšējiem noteikumiem.

6. **Darbiniekam** ir (nav) tiesības slēgt darba līgumu ar citiem darba devējiem bez Darba devēja piekrišanas.

7. **Darbiniekam** ir tiesības rakstveidā uzteikt darba līgumu vienu mēnesi iepriekš (bet var darba līgumā paredzēt arī īsāku uzteikuma termiņu).

8. Darba līguma nosacījumus var grozīt ar **Darbinieka** rakstveida piekrišanu atbilstoši Darba likumā noteiktajām normām.

9. Darba līgumu var izbeigt pirms termiņa, pusēm par to savstarpēji vienojoties. Šāds līgums slēdzams rakstveidā.

10. Vienpusēja darba līguma laušana pieļaujama tikai Darba likuma paredzētajos gadījumos.

11. Darba strīdi starp **Darba devēju** un **Darbinieku** izšķirami likumdošanā noteiktajā kārtībā.

12. Ja darba līguma laušana notiek pēc **Darbinieka** uzteikuma, **Darbiniekam** ir (nav) tiesības atsaukt savu uzteikumu.

13. Darba līgums sastādīts divos eksemplāros, viens glabājas pie **Darba devēja**, otrs pie **Darbinieka**.

Darba devējs

(paraksts)

Darbinieks

(paraksts)

Abām pusēm vienojoties, darba līgumā izdarītas izmaiņas —

200__ . gada __ . _____

Darba devējs

(paraksts)

Darbinieks

(paraksts)

2.4. BIZNESĀ PLĀNA SATURS UN NEPIECIEŠAMĪBA

2.4.1. Biznesa plāns

Cilvēki uzsāk biznesu ļoti dažādu apsvērumu dēļ: daži — lai gūtu peļņu vai neatkarību, citi — ilgstoša bezdarba dēļ.

Iepriekšējās nodaļās jau apskatījām vairāku biznesa veidu priekšrocības un trūkumus, tagad pienācis laiks biznesa plānam, bez kura faktiski nav iespējams veiksmīgs bizness — ne liels, ne mazs.

Daudzi pazīstami ekonomisti dažādi raksturo biznesa plāna nepieciešamību un tā ieteicamo saturu, taču jūs neatradīsiet nevienu, kas teiktu — var iztikt arī bez biznesa plāna.

Kas tad isti ir biznesa plāns?

Viens no vienkāršākajiem skaidrojumiem ir šāds.

Biznesa plāns ir vadīšanas paņēmieni, lai noteiktu jauna pasākuma mērķus un izvēlētos labākos ceļus, kā šos mērķus sasniegt



Ir trīs galvenie iemesli, kuru dēļ būtu jāraksta biznesa plāns.

1. To var lietot kā “darbarīku”, kas palīdz pieņemt pareizus lēmumus. Skaidri apzinoties mērķi, var pieņemt saprātīgus lēmumus un izvairīties no kļūdām.

2. Tas noder, lai potenciālos investētājus pareizi informētu par uzņēmumu. Biznesa plānam koncentrēti un izsmeltoši jāattēlo biznesa koncepcija.

3. Izstrādājot biznesa plānu, kritiski un bez emocijām jāizvērtē sava darbība. Ja plāns rāda, ka uzņēmums nenesīs peļņu, tad to nav vērts realizēt.

Kam raksta biznesa plānu?

1. Sev.
2. Potenciālajiem kreditoriem.
3. Pašvaldībām telpu nomai.
4. Privatizācijas konkursiem.

Biznesa plāna mērķis ir panākt visizdevīgāko variantu starp to, ko jūs gribat darīt, un to, ko varat izdarīt. Plānā apraksta nepieciešamos pasākumus, kas veicami tūlīt, un tos, kas plānojami turpmākajā laika posmā.

Uzņēmējdarbības vide strauji mainās, tāpēc biznesa plāns nevar būt nemainīgs kā akmeni iekalts. Plānam jābūt elastīgam, tas jāmaina un jāpielāgo situācijas izmaiņām.

Tradicionālā ricība, sastādot biznesa plānu, ir šāda:

- kāda ir pašreizējā situācija;
- kurp uzņēmums virzās;
- kā tur nokļūt, kas jādara;
- finanšu prognožu sastādīšana.

Viena no populārākajām metodēm, kas palīdz sistematizēt mīnēto procesu, ir SVID (angliski *SWOT*) analīze. SVID — stiprās puses, vājās puses, iespējas un draudi. Pirmie divi saistīti ar uzņēmuma iekšējo situāciju, bet pēdējie divi — ar uzņēmējdarbības vidi. SVID analīze ir plānošanas instruments, kas saista iekšējās stiprās un vājās puses ar ārējās vides iespējām un draudiem.

Stiprās puses ir uzņēmuma priekšrocības, vājās puses negatīvi iespaido vēlamu rezultātu sasniegšanu. Iespējas nosaka tās jomas, kurās ir iespējams palielināt tirgus daļu, realizācijas apjomu, peļņu vai sasniegt citus mērķus. Draudi ir iespējamie šķēršļi.

Balstoties uz iekšējās un ārējās vides analīzi, uzņēmums var izveidot četrus iespējamus darbības plānus:

Iekšējie faktori / Ārējie faktori	Stiprās puses (S)	Vājās puses (V)
Iespējas (I)	SI darbības plāns	VI darbības plāns
Draudi (D)	SD darbības plāns	VD darbības plāns

2.6. shēma. SVID analīze

Piemēram, SI darbības plāns tiek veidots, izmantojot uzņēmuma stiprās puses un iespēju radītās priekšrocības.

Nepasūtiet biznesa plānu kādā svešā firmā, rakstiet to paši, jo kuģa stūrmanis nevar vadīt kuģi, atrodoties krastā.

Rakstot biznesa plānu, lietojiet viegli uztveramu, skaidru valodu. Ja izmantosit biznesa plānu kā līdzekli, lai saņemtu kredītu, neaizmirstiet par noformējumu. Plānam jāizskatās labi, tomēr ne ekstravaganti. Neaizmirstiet numurēt lappuses, pievienot satura rādītāju, plāna sastādītāja(-u) vārdu(-us), kā arī kontaktpersonas vārdu, adresi un telefona numuru.

Atcerieties — biznesa plānam jābūt

- vienkāršam,
- precīzam,
- lietderīgam.

Tālāk aplūkosim ieteicamo biznesa plāna saturu, kas sastāv no vairākām nodaļām.

2.4.2. Ieteicamais biznesa plāna saturs

1. Plāna kopsavilkums

Ši biznesa plāna nodaļa rakstāma tad, kad ir uzrakstītas visas pārējās. Ļoti svarīgi, lai plāna kopsavilkums radītu vislabvēlīgāko priekšstatu tā lasītājam. Labi sastādīts plāna kopsavilkums ļauj ātri izlemēt, vai ir vērts to izskatīt detaļās. Kopsavilkuma apjomam jābūt ne lielākam par 2–3 lpp. Tam jābūt uzrakstītam vienkāršā valodā, lai to saprastu jebkurš lasītājs.

Kopsavilkumā biznesa plāna pamatelementi jāatspoguļo tā, lai akcentētu jūsu plāna galvenās priekšrocības:

- ražojumu apraksts, uzsverot to izcilās īpašības, koncepcija, tirgus prasības, konkurence;
- kā tiks ražota produkcija vai sniegti pakalpojumi;
- biznesa īsa vēsture, pieredze uzņēmējdarbībā, vadīšanas pieredze;
- finanšu plāna kopsavilkums, t.sk., cik daudz līdzekļu trūkst un kā cer tos iegūt, kādiem nolūkiem un kā tos atmaksās.

2. Uzņēmuma juridiskais statuss un īpašuma daļas

Šajā plāna iedaļā jāpamato izraudzītais uzņēmuma juridiskais statuss (uzņēmējdarbības forma), īpašuma sadalījums un citi ar īpašumu saistītie jautājumi.

3. Produkcija vai pakalpojums

(tālāk termins *produkcija* abās nozīmēs)

Šajā nodaļā jāstāsta par produkciju, ko grib piedāvāt vai jau piedāvā patērētājiem.

- 3.1. Ražojumu koncepcija — apjoms, nomenklatūra, ja paredzētas izmaiņas — tad kādas.
- 3.2. Detalizēts produkcijas apraksts (īpaši svarīgs jauniem produkcijas veidiem):
 - tehniskais raksturojums, kā arī produkcijas makets, fotogrāfijas vai precīzs zīmējums (pielikumā);
 - kalpošanas ilgums;
 - produkcijas dizaina priekšrocību apraksts;
 - iesaiņošanas īpatnības (īpaši svarīgs eksporta precēm);
 - produkcijas garantijas un pēcpārdošanas apkalpošanas organizācija (tehniskiem izstrādājumiem).
- 3.3. Vajadzības, kurām radīta šī produkcija.
- 3.4. Patenti, autortiesības, īpašuma tiesības, kā arī citi faktori, kuri aizsargā produkciju.
- 3.5. Produkcijas ražošanas izdevīguma aptuvenš novērtējums.

Nr.	1	2	3	4	5
p. k.	Produkcijas veidi	Iespējamās realizācijas cena (Ls)	Vienības pašizmaksa (Ls)	Peļņa (2-3) (Ls)	Rentabilitāte (4 : 3 × 100 (%))

4. Tirgus analīze

Šī iedaļa, kā arī nākamā — “Mārketinga stratēģija”, ir viena no svarīgākajām un sarežģītākajām biznesa plāna sastāvdaļām. Jāparāda, ka pastāv tirgus, kuru interesē šī produkcija, ka uzņēmēju interesē un viņš izprot pircēja vai klienta vajadzības un produkciju var pārdot ar peļņu. Jāapkopo liels informācijas apjoms, lai secinājumi būtu pēc iespējas precīzāki. Ja tiek pārspilēts iespējamais realizācijas apjoms, tas rada šaubas par biznesa plānu kopumā.

4.1. Tirgus definīcija.

Uzrādīt

- kas pirks (potenciālie patērētāji);
- kāpēc pirks;
- cik pirks (apjoms);
- kad pirks;
- par kādām cenām;
- nepieciešamā kvalitāte un pēcpārdošanas apkalpošana.

Nosakot potenciālos patērētājus, jāizlemj,

1) vai produkcijas realizācija būs orientēta uz visiem potenciālajiem pircējiem (tāda orientācija raksturīga tikai plaša patēriņa precu ražošanai);

2) vai pircēju loks tiks ierobežots

- atkarībā no pircēju ienākumiem, vecuma, dzimuma utt.;
- atkarībā no rūpniecības uzņēmuma profila, kas izmanto konkrēto produkciju.

4.2. Ziņas par tirgus ietilpību vispār, uzņēmuma vietu tajā pašlaik un perspektīvā, kā arī tirgus tendences (augošs, statisks vai krītošs pieprasījums). Pagaidām šo punktu ir diezgan grūti izvērst, jo precīzi apkopojoši tirgus pētījumi Latvijas Republikā netiek veikti. Rietumvalstīs nepieciešamā informācija ir pieejama vietējās tirdzniecības palātās, nozaru un tirdzniecības asociācijās.

4.3. Galvenie tirgus konkurenti (Latvijā un ārvalstīs):

- kas ir galvenie analogisku preču ražotāji pašlaik un perspektīvā;
- kāda ir viņu vieta realizācijas, apjomu, uzņēmumu, jaunas produkcijas ieviešanas, pēcpārdošanas apkalpošanas un reklāmas jomā;
- konkurentu cenu politika un cenu līmenis (aptuveni).

Ir svarīgi visu aprakstīt atklāti, lai neiegūtu nekvalificēta uzņēmēja vai vispār negodīga cilvēka reputāciju.

Nr. p. k.	Produkcijas veidi	Konkurenti (nosaukums)	Atrašanās vieta	Daļa tirgū	Konkurentu raksturojums

4.4. Produkcijas salīdzinājums ar konkurējošo produkciju (cenu, izskata, kvalitātes, servisa, garantiju un citu svarīgu iezīmju jomā):

- priekšrocības;
- vājās puses;
- kā pārvarēs vājās puses.

5. Mārketinga stratēģija

Šis iedaļas mērķis ir parādīt, kā iekarot tirgu un nodrošināt produkcijas realizāciju.

5.1. Produkcijas realizācijas kanāli

Kā pārdot savu produkciju:

- tieši patērētājiem (galvenokārt pārdodot pamatlīdzekļus);
- ar vairumtirdzniecības organizāciju (tirdzniecības pārstāvju) palīdzību;
- preču un materiālu biržās;
- mazumtirdzniecībā.

Ja produkciju pārdod, izmantojot mazumtirdzniecību, jāprecizē — pārdos uzņēmumam piederošos firmas veikalos, izmantos esošos vai arī jaunus veikalus (kā un kur tos organizēs, norādot personāla skaitu, algas vai komisijas summas).

5.2. Cenu politika

Jāizklāsta, kā noteikt cenas savai produkcijai, kādu rentabilitātes līmeni cer sasniegt. Salīdzina cenas ar konkurentu cenām. Izskaidro, kā cenu politika veicinās ražojumu noietu un sekmēs peļņas iegūšanu.

5.3. Pakalpojumi un garantijas:

- garantijas veidi;
- garantijas termiņš un nosacījumi;
- apkalpošanas dienesta organizācija un nepieciešamie līdzekļi;
- pakalpojumu izmantošanas cena.

5.4. Reklāma

Jāapraksta, kā organizēt produkcijas popularizēšanu, lai patērētāji saņemtu izsmeļošu informāciju, kas veicinātu pieprasījumu pēc produkcijas, nodrošinātu un paplašinātu realizāciju. Iespējamie reklāmas veidi: sludinājumi radio, televīzijā, periodiskajos izdevumos, speciālu tirdzniecības katalogu izdošana, piedalīšanās izstādēs utt. Kādus līdzekļus novirzīs šim mērķim.

5.5. Pārdošanas veicināšanas metodes

Jāizklāsta, kā panākt nepārtrauktu realizācijas apjoma palielināšanos:

- balstoties uz pircēju ieinteresēšanu ar jaunām tirdzniecības formām (preču pārdošana ar piegādi, uz kredīta, atlaides u. c.);
- paplašinot noieta reģionu;
- citādā veidā.

5.6. Sabiedrības viedokļa veidošana

Apraksta, kā nodrošināt popularitāti, izmantojot

- kontaktus ar preses pārstāvjiem (arī savas firmas avīzes radīšana);
- sludinājumus presē ar uzņēmuma darījumu reklāmu (vides aizsardzības finansēšana, sponsorēšana utt.);
- uzņēmuma vadības piedalīšanos valsts sabiedriskajā dzīvē.

6. Uzņēmuma funkcionēšana

Šis plāna iedaļas uzdevums — parādīt, kā un ar kādu iekārtu plānots ražot produkciju vai sniegt pakalpojumus.

6.1. Izvietojums

Parādīt, kā uzņēmuma atrašanās vieta ietekmē plānotās produkcijas izmaksas salīdzinājumā ar konkurentiem.

6.2. Telpas un iekārtas:

- kādas esošās telpas un iekārtas varēs izmantot plānotajam, amortizācija un atjaunošana;
- kādas telpas un iekārtas vēl būs vajadzīgas, kur un kad tās tiks iegūtas (iznomātas, nopirkta, uzceltas), kādas problēmas var rasties šajā sakarā;
- kā un kad tiks apgūtas ražošanas jaudas;
- paredzētie kapitālieguldījumi un nepieciešamais finansēšanas apjoms.

Ilustrācijai vēlams pievienot galveno iekārtu un telpu fotogrāfijas, plānus.

6.3. Sagādes, ražošanas un realizācijas process

Šī procesa apraksts vajadzīgs, lai pierādītu sapratni izraudzītajā biznesa jomā. Aprakstu labāk saistīt ar sagādes, ražošanas un realizācijas plūsmu shēmu:

- kur, no kā un ar kādiem nosacījumiem tiks iepirkta izejvielas, materiāli, komplektējošie izstrādājumi un energoresursi;
- ražošanas kooperatīvo sakaru īss raksturojums un to attīstības perspektīvas;
- kādos cehos un kā materiālie resursi tiks pārstrādāti produkcijā;
- kā tiks veikta kvalitātes kontrole, kādi standarti tiks ievēroti;
- realizācijas kanāli.

7. Uzņēmuma vadība un nodarbinātās personas

7.1. Šajā iedaļā jāapraksta, kā un kāda tiks veidota vadības komanda, ar ko nodarbosies katrs vadības loceklis, kāda būs funkcionālo dienestu mijiedarbība.

7.2. Vadības pamatsastāvs

Nosaka, kādi speciālisti būs vajadzīgi, uzskatāmības dēļ nepieciešamās ziņas vēlams apkopot tabulā, sniedzot šādu informāciju:

- konkrētajam amatam nepieciešamās profesionālās īpašības;
- konkrētajam amatam paredzētā darba alga, prēmijas, līdzdalība peļņā (aptuveni);
- ja attiecīgajam amatam izraudzīts konkrēts kandidāts, tad norāda
 - a) vārdu, uzvārdu, vecumu;
 - b) kur un par ko strādā šobrīd;
 - c) profesionālo kvalifikāciju;
 - d) vadošā darba pieredzi un karjeras atspoguļojumu;
 - e) profesionāli vājās puses un iespējas tās pārvarēt.
- ja nav kandidātu, kāds būs to izraudzīšanās mehānisms. Nobeigumā norāda, kā vērtēt vadības komandu kopumā, tās stiprās un vājās puses, iespējas tās novērst.

7.3. Nodarbinātās personas:

- kādu profesiju darbiniekus un kādā skaitā paredzēts uzņēmumā izmantot;
- paredzētie apmācības un pārkvalifikācijas veidi (nepieciešamās izmaksas);
- aptuvenā darba samaksa.

8. Svarīgāko biznesa plāna pasākumu grafiks

(3 līdz 5 gadu periodā)

9. Risks un problēmas

Šajā iedaļā jānoskaidro galvenie potenciālie uzņēmējdarbībai nelabvēlīgie faktori, to rašanās iemesli, paredzamie

zaudējumi. Šādu faktoru uzskaitījums var būt plašs: no dabas stihijām līdz bezdarbam, nodokļu sistēmas krasām izmaiņām, inflācijai, valūtas kursa svārstībām, transporta sistēmas darbības pārtraukumiem u. c.

Pēc faktoru noskaidrošanas jāizstrādā pasākumu plāns, kas novērstu vai mazinātu nelabvēlīgo faktoru iedarbības sekas, kā arī apdrošināšana un pašapdrošināšanās.

10. Finanšu informācija

Jāapkopo visu iepriekšējo iedaļu saturs naudas izteiksmē.

- 10.1. Realizācijas apjomu prognozes (Ls).
- 10.2. Peļņas vai zaudējumu aprēķins (Ls).
- 10.3. Naudas plūsmas plāns (Ls).
- 10.4. Aktīvu un pasīvu kopsavilkuma bilance (Ls) (sākumbilance un pirmā gada beigās).
- 10.5. Lai noskaidrotu un uzskatāmi attēlotu, kad un pie kāda ražošanas apjoma produkcijas izlaide kļūs rentabla, ieteicams uzzīmēt attiecīgu grafiku. Tajā parāda kritisko punktu, no kura sākot uzņēmums gūst peļņu un kā šī peļņa mainīsies, pieaugot ražošanas apjomam un pašizmaksai (ar atsevišķām taisnēm attēlojot nosacīti pastāvīgās un mainīgās izmaksas). Vēlams izstrādāt vairākus grafika variantus dažādiem cenu līmeņiem.
- 10.6. Finansēšanas stratēģija.

Plānam nepieciešamie līdzekļi, to iegūšana:

 - nepieciešamie līdzekļi (10.3.);
 - kur un kādā formā tos iegūt.

Ja kredīta veidā, jānorāda

 - bankas kredīts;
 - komerciālais kredīts (starp uzņēmumiem);
 - aizņemto līdzekļu apmaksas novērtējums.

Lai izvērtētu kredīta dzēšanas iespējami īsāko termiņu, var izmantot vienkāršotu formulu.

$$\text{Īsākais apmaksas termiņš} = \frac{\text{aizņemtie līdzekļi}}{\text{gada amortizācija} + \text{gada tīrā peļņa}}$$

2.4.3. Biznesa plāna finanses

Jebkuram biznesam ir nepieciešama finanšu uzskaitē. Trīs galvenie finanšu dokumenti:

- peļņas un zaudējumu aprēķins;
- bilance;
- naudas plūsmas plāns.

Peļņas un zaudējumu aprēķins (2.3. tabula)

Tas sastāv no trim daļām:

- realizācijas ieņēmumi;
- tiešas ražošanas izmaksas;
- netiešās izmaksas.

Pirmajā rindā jāieraksta kopējie produkcijas realizācijas ieņēmumi un pēdējā rindā — aprēķinātā tīrā peļņa. Starp pirmo un pēdējo rindu jāatspoguļo visi ieņēmumi un izmaksas.

Realizācijas ieņēmumi ir naudas līdzekļi, ko saņem par pārdoto produkciju vai sniegtajiem pakalpojumiem. Ieņēmumos ir jāieraksta gan tie naudas līdzekļi, kurus esat saņēmuši, gan arī tie, par kuriem pircēji palikuši parādā.

Ir ļoti svarīgi precīzi sadalīt visas izmaksas tiešajās ražošanas izmaksās un netiešajās: tiešās materiālu izmaksas, tiešās darba izmaksas un citas tiešās izmaksas. Galvenā atšķirība ir tā, ka pie tiešajām

ražošanas izmaksām pieder tikai tās izmaksas, kas tieši attiecināmas uz ražošanas procesu.

Bruto peļņu aprēķina kā starpību starp realizācijas ieņēmumiem un tiešajām ražošanas izmaksām.

Tīrā peļņa tiek aprēķināta no bruto peļņas, atņemot visas netiešās izmaksas.

Bilance (2.4. tabula)

Viena no atšķirībām starp peļņas vai zaudējumu aprēķinu un bilanci ir laiks. Peļņas un zaudējumu pārskats aptver laika posmu (piem., pusgadu, gadu), turpretī bilancē uzskaitīti visi aktīvi un pasīvi noteiktā laika momentā.

Naudas plūsmas plāns (2.5. tabula)

Naudas plūsmas plāns ļauj pētīt biznesa "asinsriti", dod iespēju analizēt naudas apgrozījumu laika periodā starp šo divu bilanču sastādīšanu.

Naudas līdzekļu beigu atlikums	=	sākuma at- likums	+	naudas ieņēmumu summa	-	naudas izdevumu summa
-----------------------------------	---	-------------------------	---	-----------------------------	---	-----------------------------

Beigu atlikumam vienmēr jāsakrīt ar bilances aktīvu daļā uzrādīto naudas līdzekļu daudzumu.

2.3. tabula. Peļņas vai zaudējuma aprēķins

Rādītāji	Janv.	Febr.	Marts	Gadā
Realizācijas ieņēmumi Ražošanas tiešās izmaksas: • tiešās darba algas; • tiešās materiālu izmaksas; • tiešie pieskaitāmie izdevumi.					
Bruto peļņa Attiecība starp bruto peļņu un ieņēmumiem					
Rādītāji	Janv.	Febr.	Marts	Gadā
Netiešie izdevumi: Alga Sociālā nodrošināšana Palīgmateriāli Ēku uzturēšana Amortizācija Mārketing Reklāma u.c.					
Tīrā peļņa ar nodokli					
Tīrā peļņa bez nodokļa					
Attiecība starp tīro peļņu un realizācijas ieņēmumiem					

2.4. tabula. Bilance

Rādītāji	Janv.	Febr.	Marts	Gadā
Aktivs					
<u>Pamatlīdzekļi</u>					
Tehnika, iekārtas, mašīnas					
Transporta līdzekļi					
Ēkas					
<u>Apgrozāmie līdzekļi</u>					
Naudas līdzekļi					
Debitoru parādi					
Krājumi					
Pasivs					
1. Pašu kapitāls:					
• daļu kapitāls,					
• nesadalītā peļņa.					
2. Uzkrājumi					
3. Kreditori					

2.5. tabula. Naudas plūsmas plāns

Rādītāji	Janv.	Febr.	Marts	Gadā
Sākuma atlikums					
<u>Naudas ieņēmumu avoti</u>					
Produkcijas realizācija					
Saņemtie parādi					
Bankas aizdevumi					
Citi ieņēmumi					
<u>Naudas izdevumi</u>					
Izejvielu iegāde					
Paligmateriālu iegāde					
Algas					
Īre					
Komunālie pakalpojumi					
Bankas aizdevuma atmaksa					
Ražošanas iekārtu iegāde					
Citi izdevumi					
Beigu atlikums					

Bezzaudējuma punkts

Bezzaudējuma punkta analīze balstās uz izmaksu iedalījumu pastāvīgajās un mainīgajās izmaksās — tā ir izmaksu klasifikācija pēc to atkarības no ražošanas apjoma. Bezraudējuma punktu var aprēķināt grafiski vai arī izmantojot formulu.

Bezraudējuma punkts (naudas izteiksmē)	=	pastāvīgās izmaksas attiecības starp bruto segumu un ieņēmumiem
--	---	--

Bruto segums ir starpība starp realizācijas ieņēmumiem un mainīgajām izmaksām. Tā ir summa, kas sedz pastāvīgās izmaksas un nodrošina uzņēmumam peļņu.

MĀRKETINGS

3.1. TIRGUS IZPĒTE

3.1.1. Tirgus

Kas ir mārketingš? Daudzi kļūdaini uzskata, ka tā ir realizācija un reklāma. Mārketingš ir daudz plašāks jēdziens, tas ir — cilvēku darbības veids, kas virzīts uz vēlmju un vajadzību apmierināšanu maiņas ceļā. Mārketingš ir jebkura uzņēmuma darbības neatņemama sastāvdaļa. Dažus pamatjēdzienus, kas saistīti ar tirgu un vajadzībām, aplūkojām jau pirmajā nodaļā. Tagad tos apskatīsim no mārketinga viedokļa.



Tirgus — preces esošo un potenciālo pircēju kopums

Vajadzība — cilvēka sajūta, ka viņam kaut kā trūkst

Vajadzības ir cilvēka neapmierinātības stāvoklis, kuru tas mēģina mainīt, vai arī apmierinātības stāvoklis, kuru mēģina saglabāt. Sabiedrībai attīstoties, cilvēki sastop arvien lielāku skaitu objektu, kas izraisa viņu interesi un ziņkāri. Cilvēku vajadzību apmierināšanai kalpo preces.



*Prece — viss, kas var apmierināt vēlmes un vajadzības,
un tiek piedāvāts tirgū pirkšanai*

Cilvēku vajadzības ir bezgalīgas, resursi to apmierināšanai — ierobežoti, tāpēc cilvēks izvēlēsies tās preces, kas spēs sagādāt vislielāko apmierinājumu viņa finanšu iespēju robežās (pirkspēja).

Jo vairāk prece atbildīs patērētāja interesēm, jo lielākus panākumus gūs ražotājs. Ražotājiem jāmeklē patērētāji, jānoskaidro viņu vajadzības un tad jārada prece, kas vispilnīgāk tās apmierina. Jēdziens *prece* neaprobežojas ar fiziskiem objektiem. Par precī var nosaukt visu, kas var apmierināt cilvēka vajadzību. Prece var būt ne tikai izstrādājums un pakalpojums, bet arī atsevišķa vieta, darbības veids vai ideja.

Pastāv četri vajadzību apmierināšanas veidi:

- a) pašnodrošināšana;
- b) zagšana, laupīšana;
- c) ubagošana;
- d) maiņa.



*Maiņa — kāda vēlama objekta iegūšana,
kaut ko piedāvājot pretī*

Maiņa ir mārketinga pamatjēdziens.

Lai notiktu labprātīga maiņa, jāievēro pieci nosacījumi.

1. Jābūt vismaz divām pusēm.
2. Katras puses ricībā jābūt kaut kam, kas ir vērtīgs otrai pusei.
3. Katrai pusei jābūt spējīgai apmainīties ar informāciju un veikt savas preces piegādi.
4. Katrai pusei jābūt pilnīgi brīvai pieņemt vai noraidīt otras puses priekšlikumu.
5. Katrai pusei jābūt pārliecinātai, ka ir mērķtiecīgi un vēlami sadarboties ar otru pusi.

Šie noteikumi rada potenciālu maiņas iespēju, bet, vai tā notiks, būs atkarīgs no abu pušu vienošanās.

Ja maiņa ir mārketinga pamatjēdziens, tad tā izpaušme ir darījums.

*Darījums — komerciāla vērtību maiņa
starp divām pusēm*



Var būt klasiskie naudas darījumi — naudas apmaiņa pret precī, kā arī bartera darījumi — preces apmaiņa pret precī.

Lai darījums notiktu, jābūt šādiem nosacījumiem.

1. Vismaz diviem vienādi vērtīgiem objektiem.
2. Darījuma nosacījumiem.
3. Saskaņotam darījuma laikam.
4. Norunātai darījuma vietai.


Darījuma nosacījumus aizsargā valsts likumdošana.

Latvijas Republikā darījumu pamatnosacījumus nosaka Civillikums un konkrēti — saistību tiesības. Saistības galvenokārt attiecas uz līgumu noslēgšanu.

*Līgums ir divu vai vairāku pušu vienošanās,
kas vērsta uz noteiktu attiecību nodibināšanu,
grozīšanu vai izbeigšanu*

Pēc vispārējiem principiem puse, kuras pienākums ir izpildīt noteiktu darbību, ir parādnieks jeb debitors, bet puse, kuras pienākums ir pieņemt šo darbību, ir kreditors. Atkarībā no konkrētā līguma veida puses var tikt nosauktas citādi, piemēram, pircējs un pārdevējs, īrnieks un izīrētājs u. tml.

Slēdzot līgumu, izšķir šādas stadijas.

- 
1. Priekšlikumu (ofertes) un akcepta stadija.
 2. Līguma noslēgšanas un spēkā stāšanās stadija.
 3. Līguma izpildes stadija.
 4. Izpildes pieņemšanas stadija.

Tālāk apskatīsim konkrētus līgumu piemērus.

IZSTĀDES IERĪKOŠANAS LĪGUMS

Rīgā

2001. gada 6. novembrī

Juridiskais uzņēmums "Komplekss", turpmāk saukta IZPILDĪTĀJS, tās direktora Jāņa Kārkliņa personā, kurš rīkojas saskaņā ar statūtiem, no vienas puses, un akciju sabiedrība "Sinode", turpmāk saukta PASŪTĪTĀJS, valdes priekšsēdētāja Jura Paegles personā, kurš rīkojas saskaņā ar akciju sabiedrības statūtiem, no otras puses, noslēdza šo līgumu ar šādu saturu.

1. Līguma priekšmets.
 - 1.1. PASŪTĪTĀJS uzdod un IZPILDĪTĀJS apņemas ierīkot mākslinieciski noformētu izstādi akciju sabiedrības "Sinode" telpās, izmantojot sabiedrības "Sinode" piegādātās produkcijas paraugus.
 - 1.2. Nepieciešamos materiālus izstādes noformēšanai — standus, statīvus, podestus, krāsas u. c. nodrošina IZPILDĪTĀJS.
2. Cena un norēķinu kārtība.
 - 2.1. PASŪTĪTĀJS pārskaita IZPILDĪTĀJA rēķinā Ls 500, (pieci simti): 50% līdz 2001. gada 15. decembrim un 50% pēc darba beigām līdz 2002. gada 15. janvārim.
 - 2.2. Iespējamās izmaiņas izpildāmā darba līgumcenā, kas radušās no PASŪTĪTĀJA un IZPILDĪTĀJA neatkarīgu iemeslu dēļ, noformējamas ar atsevišķu vienošanās protokolu.
3. Darba nodošanas un pieņemšanas kārtība.
 - 3.1. Darba pieņemšanu apliecina abu pušu parakstīts akts.
4. Pušu atbildība.
 - 4.1. Par pušu līgumsaistību neizpildi vai nekvalitatīvu veikšanu IZPILDĪTĀJS un PASŪTĪTĀJS ir atbildīgi atbilstoši pastāvošajai likumdošanai.

5. Papildu noteikumi.

5.1. IZPILDĪTĀJS darbojas pēc PASŪTĪTĀJA apstiprināta mākslinieciskā meta un izstādes veidošanas laikā sadarbības ar akciju sabiedrības "Sinode" valdes priekšsēdētāja vietnieci Aiju Liepu, dzīv. Brīvības ielā, Ogre LV-5001, tālrunis Ogre 53222.

5.2. IZPILDĪTĀJA izstādē iegulditās materiālās vērtības — stendi, statīvi, podesti u. c. paliek PASŪTĪTĀJA rīcībā.

6. Līguma termiņš.

6.1. Līgums stājas spēkā ar tā parakstīšanas brīdi un darbojas līdz 2002. gada 15. janvārim.

7. Pušu juridiskās adreses.

IZPILDĪTĀJS

Adrese: Marijas ielā 12, Rīgā, LV-1050

Norēķinu konts Nr. 002468798 LB Rīdzenes nodaļā Rīgā.

PASŪTĪTĀJS

Adrese: Raiņa ielā 21, Lielvārdē, LV-5070

Norēķinu konts Nr. 003465889 LB Ogres nodaļā Ogrē.

8. Līguma eksemplāru skaits un glabāšanas vieta.

8.1. Līgums sastādīts divos eksemplāros, no kuriem viens glabājas pie IZPILDĪTĀJA, otrs — pie PASŪTĪTĀJA.

IZPILDĪTĀJS

(paraksts)

(zīmoga nospiedums)

PASŪTĪTĀJS

(paraksts)

(zīmoga nospiedums)

Praksē arvien biežāk tiek noslēgti nomas līgumi.

NOMAS LĪGUMS

Ogrē

2001. gada 5. februārī

SIA "Zaļais lauks", turpmāk saukts NOMNIEKS, SIA direktora Aivara Zariņa, pers. kods 050661-15169, dzīvojošs Kalna ielā 9, Ogrē, kas darbojas uz Statūtu pamata, no vienas puses, un

Irma Lauska, pers. kods 150742-14801, dzīvojoša Upes ielā 15-6, Lielvārdē, turpmāk saukta IZNOMĀTĀJS, no otras puses, noslēdza šo līgumu par sekojošo.

1. Līguma priekšmets

- 1.1. IZNOMĀTĀJS apņemas nodot NOMNIEKAM pagaidu lietošanā savu personisko automašīnu *RENAULT 19*, valsts numurs CG 3009 izmantošanai uzņēmuma vajadzībām.
- 1.2. Par automašīnas lietošanu NOMNIEKS maksā IZNOMĀTĀJAM nomas maksu Ls 200 gadā.

2. Pušu pienākumi

- 2.1. IZNOMĀTĀJA pienākums ir:
 - laikus nodot Nomniekam nomā pieņemto automašīnu tādā stāvoklī, kas atbilst līguma noteikumiem;
 - veikt kapitālo remontu.
- 2.2. NOMNIEKA pienākums ir:
 - izmantot automašīnu saskaņā ar līguma noteikumiem un tā izdevumiem;
 - uzturēt automašīnu darbam derīgā stāvoklī, veikt kārtējo remontu par saviem līdzekļiem;
 - segt automašīnas uzturēšanas izdevumus;

- līgumā noteiktajos termiņos maksāt nomas maksu;
- atdot automašīnu IZNOMĀTĀJAM pēc līguma pārtraukšanas labā tehniskā stāvoklī.

3. Norēķini

- 3.1. Nomas maksa tiek pārskaitīta uz Iznomātāja norēķinu kontu.
- 3.2. Ja kādas šajā līgumā paredzētās saistības netiek pildītas, vainīgā puse maksā līgumsodu 30% apmērā no gada nomas maksas.
- 3.3. Līgumsoda (soda naudas) samaksa neatbrīvo puses no pienākumu pildīšanas vai pārkāpumu novēršanas.

4. Līguma darbības termiņš

- 4.1. Līguma darbības termiņš: sākums 2001. gada 5. februārī, beigas 2002. gada 5. februārī.
- 4.2. Līguma pirmstermiņa pārtraukšana notiek pēc pušu vienošanās.

5. Citi noteikumi

- 5.1. Citos gadījumos, kas paredzēti šajā līgumā, puses vadās no spēkā esošās likumdošanas.
- 5.2. Strīdus sakarā ar šo līgumu izskata likumā noteiktajā kārtībā.

6. Pušu juridiskās adreses

- 6.1. IZNOMĀTĀJS: Upes ielā 15–6, Lielvārdē.
- 6.2. NOMNIEKS: Priežu ielā 29, Ogrē.

IZNOMĀTĀJS

(A. Zariņa paraksts)

NOMNIEKS

(I. Lauskas paraksts)

3.1.2. Tirgus izpēte

Mārketinga pamatuzdevums ir noskaidrot, kas ir uzņēmuma klienti, un tad nodrošināt viņu vajadzību apmierināšanu. Lai labāk pārzinātu tirgus iespējas un risinātu mārketinga problēmas, uzņēmumiem vajadzīga izsmeļoša un patiesa informācija. Tie nevar veikt analīzi, plānošanu un kontroli, nepētot savus pircējus, konkurentus, kā arī pašu datus par pārdoto un cenām.

Tirgus pētījumi ir informācijas vākšana, apstrāde un analīze par precēm, klientiem, konkurentiem un tirgiem



Uzņēmējam ir jāzina viss par saviem klientiem:

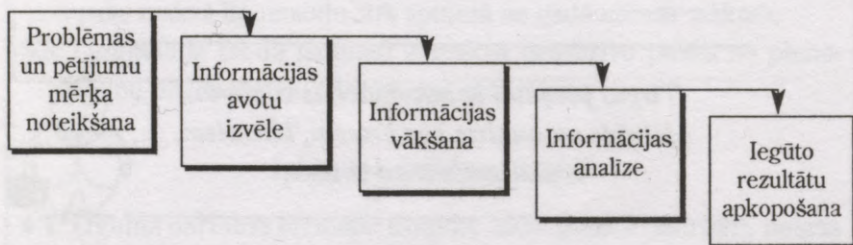
- vecums;
- kur dzīvo;
- kur strādā;
- kur un kad iepērkas;
- kāds ir ģimenes stāvoklis;
- kas pircējiem patīk;
- kas viņus interesē

Daļu informācijas var rast pašā uzņēmumā. Tā ir informācija par uzņēmuma darbību: pasūtījumi, rēķinu samaksa, realizācijas apjomi, cenas. Taču lielāko daļu informācijas iegūst no citiem avotiem. Tirgus pētījumi var būt gan vienkārši un lēti, gan sarežģīti un dārgi. Jo precīzāka būs informācija, jo pareizākus lēmumus varēs pieņemt.

Visbiežāk tiek veikti šādi pētījumi:

- tirgus ietilpības aprēķināšana;
- uzņēmuma īpatsvars kopējā piedāvājumā;
- konkurentu produkcijas izpēte;
- cenu veidošanas izpēte.

Vienmēr ir labi jāpārdomā, kā organizēt tirgus pētījumus. Tāpēc ieteicams izmantot šādu shēmu.



3.1. shēma. Tirgus pētījumu procesa elementi

Lai pilnīgāk veiktu tirgus izpēti, vispirms jānoskaidro, kāda informācija jau ir savākta, iespējams, citiem mērķiem. Tos sauc par *sekundāriem* datiem.



Sekundārā informācija ir dati, kas jau iepriekš savākti un sistematizēti citiem mērķiem

Sekundāro datu avoti:

- uzņēmuma iekšējie pārskati;
- valsts ministriju informācija;
- statistikas informācija;
- profesionālie žurnāli;
- komercizdevumi;
- laikraksti, žurnāli;
- grāmatas;
- internets

Piemēram, apdrošināšanas uzņēmumam ir svarīgi zināt avāriju skaitu gadā, avārijās cietušo skaitu un kādu marku automašīnas biežāk cieš avārijās.

Sekundāro datu priekšrocības	Sekundāro datu trūkumi
<ul style="list-style-type: none"> • lēti • viegli iegūt • kalpo par pamatu primārai informācijai 	<ul style="list-style-type: none"> • var būt nepiemēroti • var būt neprecīzi • var būt novecojuši • var būt nepietiekami

Vajadzības gadījumā tirgus pētnieki izmanto arī *primāros* datus.

*Primārie dati ir informācija,
ko iegūst speciāli pētījuma vajadzībām*



Primārie dati izmaksā dārgāk nekā sekundārie, bet tie labāk atbilst pētījuma mērķim. Šos datus iegūst tieši no pircējiem, pārdevējiem, konkurentiem. Pastāv vairākas primāro datu vākšanas metodes:

- novērošana;
- eksperiments;
- aptauja.

Novērošanas metode

Pētnieks var apgrozīties pircēju un pārdevēju aprindās, uzklaut un vispārināt informāciju par interesējošām precēm, to pieprasījumu. To pašu var noskaidrot par konkurentu precēm.

Piemēram, gaļas produktu ražotājs var noskaidrot, cik konkurentu ir tirgū, kāda ir to produkcija, cenas, iesaņojums. Var novērot,

kādas preces cilvēki pērk vairāk, kādas mazāk. Novērojumi dažkārt ir ticamāki nekā aptaujas, kaut gan novērotāju klātbūtne var ietekmēt cilvēku rīcību.

Eksperimenta metode

Ar eksperimenta palīdzību var noskaidrot pētāmā cilvēku kopuma reakciju uz noteiktiem faktoriem. Piemēram, jaunu preci neliešos apjomos var realizēt atsevišķos veikalos un vērot pircēju reakciju.

Novērošanas un eksperimenta metodēm parasti lieto videokameras un magnetofonus.

Aptaujas metode

Ir informācija, ko nevar iegūt ar novērošanas un eksperimenta metodi. Tāpēc tirgus pētījumos plaši izmanto aptaujas, lai iegūtu informāciju par cilvēku dzīvesveidu, vajadzībām, attieksmi. Aptaujas var veikt dažādi — pa telefonu, pa pastu, personiski.

Pirms uzsākt pētījumu, ir jāizstrādā datu vākšanas plāns. Uzskatāmi tas ir attēlots 3.1. tabulā.

3.1. tabula. Primāro datu vākšanas plāns

Pētīšanas metodes	Novērošana Eksperiments Aptauja
Pētīšanas līdzekļi	Anketas Mehāniskie līdzekļi
Atlases sastādīšanas plāns	Atlases vienība Atlases apjoms Atlases procedūra
Kontaktu līdzekļi	Telefons Pasti Personiskie kontakti

Pētījumu līdzekļi

Lai savāktu primāro informāciju, var izvēlēties vienu no diviem pētījumu līdzekļiem:

- anketas;
- mehāniskas ierīces.

Anketa ir pats populārākais līdzeklis primāro datu iegūšanai. Standartanketa ir jautājumu virkne, uz kuriem ir jāatbild. Tas ir ļoti izplatīts līdzeklis, jo jautājumus var uzdot visdažādākajos veidos, tomēr anketai nepieciešama rūpīga izstrāde, pārbaude un trūkumu novēršana pirms plašas izmantošanas.

Parastās kļūdas:

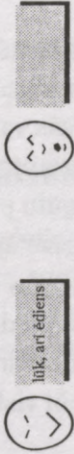

- uzdoti jautājumi, uz kuriem nav iespējams atbildēt;
- ietverti jautājumi, uz kuriem cilvēki nevēlas atbildēt;
- netiek ietverti jautājumi, uz kuriem noteikti vajadzīgas atbildes;
- ietverti nebūtiski jautājumi, kas pagarina anketas aizpildīšanas laiku.

Ir divi jautājumu veidi:

- slēgtie, kad tiek doti arī atbilžu varianti;
- atklātie, kas paredz vārdiskas atbildes.

Jautājuma forma un stils var ietekmēt atbildi. Jautājumi jāformulē ļoti rūpīgi. Pirmajam jautājumam jārada interese. Grūti un personīgi jautājumi jāatstāj anketas beigās. Jautājumi jāvirknē loģiskā secībā. Tie jautājumi, kas klasificē aptaujātos grupās, jāuzdod pēdējie, jo tiem ir personisks raksturs un tie maz interesē atbildētāju.

Jautājumu un atbilžu paraugi sniegti 3.2. un 3.3. shēmā.

Paņēmiena nosaukums	Paņēmiena apraksts	Piemērs
Jautājums bez noteiktas struktūras	Jautājumam var būt bezgala daudz atbilžu variantu	Kāds ir jūsu uzskats par firmu "Spārni"?
Vārdsīku asociāciju piemeklēšana	Nosauc vārdus un lūdz atbildēt ar vārdu, kurš pirmais ienāk prātā	Aviolinija _____ Ceļojums _____ Spārni _____
Stāstījuma nostīgums	Předāvā stāstījumu, kurš ir jāpabeidz	Nesen ceļoju ar firmas "Spārni" lidmašīnu. Ēst deva sviestmaizes, un man tas izraisīja šādas sajūtas _____
Zīmējuma pabeigšana	Zīmējumā ir divas personas, no kurām viena izsaka savas domas. Atbildētājam jāiedomājas sevi otras personas vietā un jāieraksta atbilde	
Tests	Tiek rādīts zīmējums un lūdz izdomāt stāstīpu par to, ko tur redz	

3.3. shēma. Atklāto jautājumu veidi

Atlases plāna sastādīšana

Atlase — iedzīvotāju daļa, ko izvēlas aptaujāt, lai rezultātus varētu vispārināt un attiecināt uz visiem iedzīvotājiem



Nepieciešams pieņemt trīs lēmumus.

- **Ko aptaujāt?** Pētniekam ir jānolemj, kāda informācija ir vajadzīga un kas visdrīzāk var atbildēt uz konkrētajiem jautājumiem.
- **Cik cilvēku vajag aptaujāt?** Liels skaits sniegs vispusīgākas atbildes, bet, lai iegūtu precīzas atbildes, nepieciešams aptaujāt vairāk nekā 1% iedzīvotāju.
- **Kādā veidā izvēlēties aptaujājamos?** Var balstīties uz gadījuma izvēli vai pēc piederības noteiktai grupai (pēc vecuma, dzīvesvietas u. tml.). Var balstīties uz intuīciju, ka tieši šie konkrētie cilvēki var būt vislabākie informācijas avoti.

Kontaktu līdzekļi

Telefona intervijas — labākā metode ātras informācijas iegūšanai. Intervijas laikā var paskaidrot nesaprotamos jautājumus.

Trūkumi:

- tiek aptaujāti tikai tie, kuriem ir telefons;
- saruna ir īsa, bezpersoniska rakstura.

Anketu izsūtīšana pa pastu — labākā metode, lai iegūtu informāciju no cilvēkiem, kuri nepiekrīt sniegt personīgu interviju.

Šajā gadījumā nav iespējama arī jautājuma uzdevēja personīgā ietekme. Trūkums:

- aizpildīto anketu atsūtīšanas procents ir zems.

Personīgā intervija — pats universālākais no kontaktēšanās līdzekļiem. Intervijā var ne tikai uzdot lielāku skaitu jautā-

jumu, bet arī papildināt rezultātus ar personīgiem novērojumiem. Trūkumi:

- pati dārgākā metode;
- nepieciešama rūpīga plānošana un kontrole.

Intervija var būt

- individuāla — apciemojot cilvēkus mājās, darbā vai satiekot uz ielas;
- grupas — uz sarunu tiek uzaicināti 6–10 cilvēki. Vadītājam jābūt ar augstu kvalifikāciju un prasmi vadīt grupas darbu.

Rezultātu analīze

Analīzes rezultātā no iegūtajiem datiem tiek atlasīti svarīgākie. Pētnieks apkopo rezultātus tabulās un aprēķina atbilstošu variantu biežumu un vidējos lielumus. Uzskatāmi to var attēlot grafikos un diagrammās. Pamatojoties uz iegūtajiem analīzes rezultātiem, var pieņemt lēmumus.

Tirgus segmentācija

Jebkurš uzņēmums apzinās, ka tā preces nevar vienlaikus patikt visiem pircējiem. Tāpēc uzņēmumam dažkārt ir jākoncentrējas uz atsevišķu tirgus daļu jeb *segmentu* apkalpošanu. Uzņēmumam ir jāizvēlas pievilcīgākais sektors, kuru tā vislabāk un efektīvāk var apkalpot.

Tirgus sastāv no pircējiem, bet pircēji atšķiras cits no cita pēc

- vajadzībām;
- finanšu resursiem;
- ģeogrāfiskā izvietojuma;
- attieksmes;
- ieradumiem u. c.

Jebkuru no šiem parametriem var ņemt par pamatu segmentēšanai.



Tirgus segmenti ir cilvēku (organizāciju) grupas, kurām ir vajadzības pēc relatīvi līdzīgām precēm

Nav vienotas tirgus segmentēšanas metodes. Tirgus pētniekiem ir jāmēģina dažādi tirgus segmentēšanas varianti, lai atrastu vislabāko pieeju tirgus struktūrai. Mēs aplūkosim galvenos segmentēšanas kritērijus.

3.2. tabula. Tirgus segmentēšanas kritēriji

Princips	Kritēriji	
Ģeogrāfiskais	Reģions Pilsēta vai ciems Iedzīvotāju blīvums Klimats	
Sociālais	Sabiedrības slānis Dzīvesveids Personības tips	
Uzvešanās	Pirkuma izdarīšanas iemesls (ikdienas pirkums vai īpašs gadījums). Sagaidāmais labums (kvalitāte, serviss, ekonomija). Lietotāja statuss (nelieto, agrāk lietoja, iespējamais lietotājs) Lietošanas intensitāte (maz, vidēji, aktīvi) Uzticība (nekāda, vidēja, stipra, absolūta) Attieksme pret precī (no sajūsmas līdz noliegumam)	
Demogrāfiskais	Vecums Dzimums Ģimenes lielums Ģimenes dzīves posms Ienākumu lielums	Nodarbošanās Izglītība Reliģiskā piederība Tautība

Demogrāfiskie kritēriji ir paši populārākie, lai veidotu tirgus segmentus. Cilvēku vajadzības un intereses ir cieši saistītas ar demogrāfiskajiem faktoriem. Šos faktorus arī visvieglāk raksturot. Pat tad, ja

tirgus tiek segmentēts pēc citiem kritērijiem, tie jāsaista ar demogrāfiskajiem faktoriem.

Segmentēšanas kritērijus var iedalīt divās grupās.

Vispārējie pircēju raksturojuma kritēriji	Konkrēta produkta pircēju raksturojuma kritēriji
Sociālā piederība	Patēriņa intensitāte
Dzīvesveids	Uzticība uzņēmumam
Vecums	Lietošanas veids
Tautība	Attieksme pret produktu
Ģimenes lielums	Sagaidāmais labums
Ģeogrāfiskais izvietojums	

Bieži par segmentācijas kritēriju izmanto produkta patēriņa intensitāti. Piemēram, nesmēķētāji un smēķētāji. Pēc šāda principa tiek dalīti lidmašīnu saloni, kafejnīcu telpas.

Otrs populārs kritērijs ir labums, ko pircējs vēlas saņemt produkta lietošanas rezultātā. Piemēram, zobu pastas tirgus segmentēšana pēc trim kritērijiem.

Labums	Demogrāfiskais raksturojums	Uzvedības kritērijs
Ekonomija	Vīrieši	Aktīvi patērētāji
Ārstnieciskā iedarbība	Ģimenes cilvēki	Aktīvi patērētāji
Kosmētiskā iedarbība	Pusaudži, jauni cilvēki	Smēķētāji
Laba garša	Bērni	Piparmētru garšas cienītāji

Katrai no šīm grupām nepieciešams atšķirīgs produkts, reklāma, cenu stratēģija.

Tirgus segmentēšana atklāj dažādu tirgus segmentu iespējas. Uzņēmumam ir jāizlemj

- cik segmentu var aptvert;
- kā noteikt pašus izdevīgākos segmentus.

Uzņēmums var censties aptvert visu tirgu, ignorējot segmentus, un vērsties pie visa tirgus ar vienu un to pašu piedāvājumu. Šajā gadījumā spēki tiek koncentrēti uz kopējām vajadzībām. Tā, piemēram, ASV autoražotāji ilgus gadus ražoja tikai lielas automašīnas, līdz ar to nozarē izvērsās spēcīga konkurence.

Uzņēmums var nolemt aptvert vairākus segmentus, katram veidojot atšķirīgu piedāvājumu. Tā *General Motors* cenšas ražot automašīnas "visiem makiem, mērķiem un personām".

Daudzi uzņēmumi koncentrē savus spēkus vienam vai dažiem tirgus segmentiem. Tā var iegūt stabilu tirgus pozīciju, jo tiek labi pārzinātas šī segmenta vajadzības.

Visizdevīgākais ir segments ar augstu realizācijas līmeni, augstu peļņas procentu, mazu konkurenci. Pēc pievilcīgāko segmentu izvēles uzņēmumam jānoskaidro, kuri no šiem sektoriem atbilst tās stīprajām pusēm. Šo vērtējumu un izvēli arī sauc par *mērķa tirgus* atrašanu.



Mērķa tirgus — konkrēta potenciālo klientu grupa, kurai ir paredzētas uzņēmuma preces un pakalpojumi

Taču izvēlētais segments var arī neattaisnot cerības, vai arī tajā var iespieties konkurents. Tāpēc daudzi uzņēmumi cenšas aptvert vairākus segmentus.

Atrast klientus; uzzināt, ko viņi grib, —
tas ir veiksmes nosacījums

3.1.3. Konkurenti

Uzņēmējdarbību ietekmē daudzi ārējie faktori, pār kuriem nav kontroles vai arī kontroles iespējas ir mazas. Visbūtiskākais faktors ir *konkurenti*, bet jāņem vērā arī valdības radītie noteikumi, piegādātāji un sabiedrība kopumā.

Tirgus struktūru veido konkurences veids, ar tiem jau iepazīnāties 1.3.4. nodaļā.

Ļoti svarīgi ir iegūt informāciju par tirgus konkurentiem. Jānoskaidro līdzīgu preču ražotāji, vai tādi paredzami nākotnē, kādi ir viņu realizācijas apjomi, ieņēmumi, cenas un produkcijas pārdošanas papildu pakalpojumi. Informācija par konkurentiem jāizanalizē salīdzinājumā ar paša produkciju, norādot tās priekšrocības, trūkumus, kā arī paņēmienus to novēršanai. Šī salīdzināšana jāveic pilnīgi godīgi.

Dažkārt konkurentu noteiktā teritorijā nav tik daudz, lai tos nevarētu noteikt un raksturot.

Pieņemot lēmumu, kādā segmentā darboties, uzņēmumam ir jāpieņem arī lēmums, kā tur iekļūt. Ja segments jau darbojas, tad tas nozīmē, ka tajā ir konkurence. Turklāt konkurenti savas "pozīcijas" segmenta robežās ir jau nostiprinājuši. Tāpēc, pirms pieņemt lēmumu par savu pozīciju, uzņēmumam jānosaka konkurentu vieta tirgū.

Ja ir zināmas pircēju intereses, vispirms jānoskaidro, vai konkurenti tās apmierina. Pēc tam ir jānosaka, uz ko uzņēmums var pretendēt. Ir divi iespējamie varianti.

1. Nostāties tirgū blakus konkurentiem un sākt cīņu par tirgus daļu. To var darīt, ja
 - uzņēmuma preces pārspēj konkurentu preces;
 - tirgus ir pietiekami liels, lai tajā ietilptu vēl viens uzņēmums;
 - uzņēmumam ir lielāki resursi nekā konkurentiem;
 - izvēlētā pozīcija vislabāk atbilst uzņēmuma stiprajām pusēm.

2. Izstrādāt preci, kādas vēl nav tirgū. Tam var būt šādi priekšnosacījumi:

- tehniskās un tehnoloģiskās iespējas;
- jaunas preces radišanas iespēja plānotajā cenu limenī;
- pietiekams pircēju skaits, kurus interesētu jaunā prece.

Ja šie priekšnosacījumi īstenojas, uzņēmums ir atradis "zelta āderi" un jādara viss, lai to realizētu.

Uzņēmums var ieņemt konkurētspējīgu pozīciju, balstoties uz preces īpašībām, dizainu, kvalitāti, cenu. Pieņemot pozīcijas stratēģijas lēmumu, uzņēmums var izstrādāt konkrētu darbības koncepciju. Piemēram, ja uzņēmums izvēlas ieiet segmentā ar dārgu un augstas kvalitātes preci, tad tai tiešām ir jābūt augstākai par konkurentu preču kvalitāti un jārada reklāma, kas ir pievilcīga maksātspējīgiem klientiem.

Uzņēmumam, plānojot cenas maiņu, ir jādomā ne tikai par pircēju, bet arī par konkurentu reakciju. Konkurenti reaģēs tajos gadījumos, kad to skaits ir neliels un preces līdzīgas, bet pircēji ir labi informēti. Jebkurā gadījumā reakcija būs balstīta uz konkurentu interesēm.

Kā uzņēmumam jāreaģē uz konkurentu cenu izmaiņām? Šajā gadījumā ir jānoskaidro šādi jautājumi.

- Kāpēc konkurenti ir mainījuši cenu tirgus iekarošanai:
 - lai kompensētu izmaksas vai
 - lai sāktu mainīt cenas nozarē kopumā?
- Vai cenu izmaiņa ir vienreizējs akts vai tai ir pastāvīgs raksturs?
- Kas notiks ar uzņēmuma tirgus daļu un ienākumiem, ja tā nesekos cenu izmaiņām?
- Kāda būs konkurentu reakcija uz uzņēmuma cenu izmaiņām?

Vienīgais līdzeklis, kā ātri reaģēt un pieņemt lēmumus, ir paredzēt konkurentu manevrus. Konkurentu vērtējumam un viņu rīcības prognozei var izmantot šādu salīdzinājumu.

3.3. tabula

Patērētāju pieprasītāis	Konkurentu piedāvātais			Pašu uzņēmuma piedāvātais
	Uzņēmums A	Uzņēmums B	u. c.	
<ul style="list-style-type: none"> • Kvalitāte • Zemas cenas • Izturīgums, kalpošanas ilgums • Sortiments • Apkalpošanas kultūra • Kompetence • Uzziņu iespējas, patērētāju informētība • Atrašanās vieta (tuvums, piekļūšanas ērtums) • Apmaksas iespēju daudzveidība (skaidrā naudā, ar pārskaitījumu, ar kredītkartēm u. tml.) • Konsultācijas • Piegādes iespējas (transporta pakalpojumi) • Citi papildu pakalpojumi • Garantijas 				
(Šos kritērijus var papildināt pēc saviem ieskatiem)				

Šajā tabulā (ailēs — uzņēmums A, uzņēmums B utt.) jāieraksta konkrētie uzņēmumu nosaukumi un katram kritērijam (ailē — pircēju pieprasītais) — šī uzņēmuma atbilstošais vērtējums, izmantojot jebkuru sistēmu — 100 vai 10 ballu (punktu), 5 ballu, 3 ballu u. tml. Jo augstāks vērtējums, jo vairāk punktu. Zemākā iespējamā balle ir 0.

Pēc tam katram uzņēmumam saskaita visus punktus un salīdzina.

Ja paša uzņēmumam piešķirts mazāk ballu nekā konkurentiem, sakrīt ar to vai pārsniedz ne vairāk kā 10%, jūsu precei ir niecīga konkurētspēja, tāpēc jāanalizē esošā pieredze un jāpēta konkurentu darbība.

Ja jūsu pārākums ir 10–50% robežās, arī tad situācija ir samērā nedroša un jārikojas līdzīgi.

Ja jūsu pārākums ir 50–70% salīdzinājumā ar konkurentiem, tad darbība ir sekmīga un esošos sasniegumus vajag vairot. Jūs esat uz pareizā ceļa.

Ja jūsu pārākums ir lielāks par 70% salīdzinājumā ar konkurentiem, tad varat kontrolēt konkrētās preces tirgu. Nezaudējiet modrību un domājiet, kā saglabāt iekarotās pozīcijas.

Konkurence šodien nenozīmē tikai saražoto uzņēmumos, bet arī to, kā produkcija papildināta: iesaiņojums, pakalpojumi, reklāma, klientu konsultācija, klientu kreditēšana, piegādes specifika un citas pircējiem būtiskas lietas. Uzņēmumam nepārtraukti jāmeklē efektīvi veidi, kā savu preci papildināt.

3.2. MĀRKETINGA PASĀKUMU KOMPLEKSS

3.2.1. Mārketinga koncepcijas

Termins *mārketing*s ekonomiskajā literatūrā sastopams kopš 19. un 20. gs. mijas un burtiski nozīmē — *tirgus darbība, darbs ar tirgu*.

.Vārds *mārketing*s latviešu valodā ienācis no angļu valodas vārda *marketing* — ‘iepirkšanās tirgū’ un nozīmē *tirgzinība, mācība par tirgu*.

Mūsdienās šis vārds tiek bieži lietots. Lai to labāk izprastu, mazliet jāielūkojas vēsturē.

Biznesa operācijas bija samērā vienkāršas līdz 19. gs. vidum, kad sākās industriālā revolūcija. Tieši šajā izgudrojumu laikā, kas tiek saukts par ražošanas ēru, sāka ražot daudzus līdz tam nezināmus produktus.

Pasaulei ieejot 20. gadsimtā, patēriņa preču piedāvājums bija liels. Šajos gados patērētāji pirka visu, kas bija pieejams, neskatoties uz kvalitāti, produkta īpašībām, cenu utt. Šo periodu sauc par pārdošanas ēru.

Laika gaitā piedāvājums pieauga, palielinājās konkurence un patērētājiem radās izvēles iespējas. Cilvēki iegādājās tās preces, kas vislabāk atbilda to vēlmēm un vajadzībām, bija pieejamas istajā vietā, par īsto cenu. Lai veiksmīgi konkurētu, klientu vēlmju un vajadzību apmierināšana kļuva par biznesa panākumu ķīlu. Līdz ar to Rietumos sākās *mārketinga ēra* ar tai sekojošo mārketinga revolūciju.

Latvijas pārejas perioda tirgus tīkko iegājis mārketinga ērā. Kopš 1992. gada piedāvājums un konkurence ir krasi pieauguši. Pieaug arī pieprasījums. Taču pirktspēja vai brīvi izlietojamā ienākumu daļa (nauda, kas paliek cilvēka rīcībā pēc nodokļu samaksāšanas) ir ierobežota.

Latvijā panākumus gūs tikai tie uzņēmumi, kuri apmierinās savu klientu, ražojot īsto produktu par īsto cenu, pieejamu istajā vietā, turklāt nodrošinot šo procesu ar precīzu informāciju. Pirmais solis preti panākumiem ir paredzēt nākotnes vēlmes un vajadzības, stratēģiski plānot, kā šīs vajadzības apmierināt.



*Mārketinga koncepcija —
uzņēmuma darbības filozofija, kas virzīta uz
klientu vēlmju un vajadzību apmierināšanu,
nodrošinot panākumus uzņēmumam*

Literatūrā ir daudz mārketinga definīciju, kurās autori akcentē kādu tā organizatoriski tehnisko, vadīšanas, ekonomisko vai sociālo pusi. Ieskatam dažas no tām.

“Mārketings ir radošs process — pircēju vajadzību apmierināšana peļņu nesošā darījumā.”

“Bez tirgus nav biznesa.”

“Mārketings ir darbību kopums, kas jāveic, lai nogādātu preces no ražotāja līdz patērētājam.”

“Izgatavo to, ko vari pārdot, nevis centies pārdot to, ko vari izgatavot.”

“Mārketings ir uzņēmuma sirds, bez tā uzņēmums ir miris.”

Mārketinga teorijas pamatā ir *mārketinga pasākumu komplekss*. Angļu valodā to sauc par *marketing mix*. Šis termins visbiežāk netiek tulkots un ir kļuvis starptautisks. Tas ir četru mārketinga pamatelementu līdzsvars. Angļu valodā tie ir zināmi kā 4P — *Product, Place, Price and Promotion* (prece, vieta, cena un virzīšana tirgū jeb popularizēšana).



*Mārketinga pasākumu komplekss
ir tāda produkta, cenas, popularizēšanas
un vietas kombinācijas izvēle,
kas ļauj vislabākajā veidā
apmierināt klientu vajadzības*

Mārketinga pasākumu komplekss uzskatāmi attēlots 3.4. shēmā.

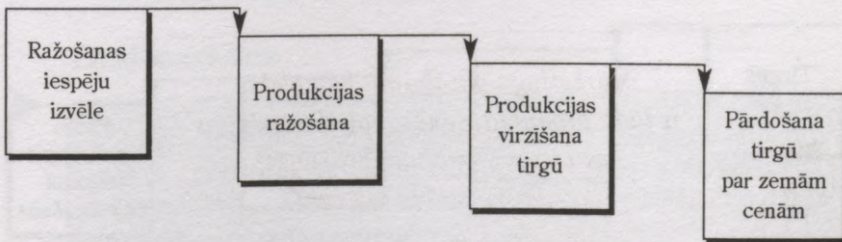


3.4. shēma. Mārketinga pasākumu komplekss

Galvenie mārketinga attīstības cēloņi ir preču sortimenta paplašināšanās, realizējamās produkcijas apjoma palielināšanās un iedzīvotāju dzīves līmeņa paaugstināšanās.

Pastāv vairākas koncepcijas, uz kuru pamata uzņēmumi veic savu mārketinga darbību. Aplūkosim piecas izplatītākās.

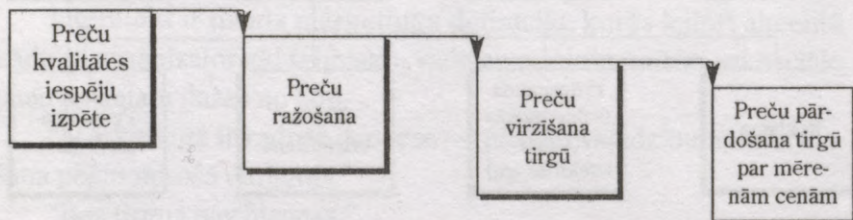
1. **Ražošanas koncepcija** paredz, ka pircējs dos priekšroku produkcijas plašai pieejamībai un zemei cenai. Šī koncepcija ir viena no senākajām, ko lietojuši pārdevēji. Shematiski to varētu attēlot šādi:



3.5. shēma. Ražošanas koncepcija

Varētu teikt, ka šīs koncepcijas devīze ir “Ražo precī, pazemini cenu”.

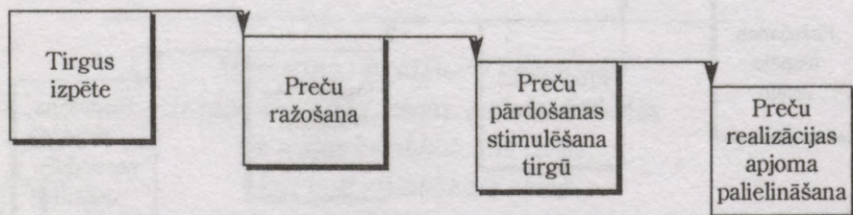
2. **Preces koncepcija** paredz, ka pircējs dos priekšroku preces labākai kvalitātei, ar to saprotot lietošanas īpašības, iesaiņojumu utt. Shematiski tas izskatās šādi:



3.6. shēma. Preces koncepcija

Preces kvalitātes uzlabojumiem gan ir arī savas objektīvās robežas, jo, piemēram, cik daudz cilvēku pirks sarkankoka logaritmiskos lineālus?

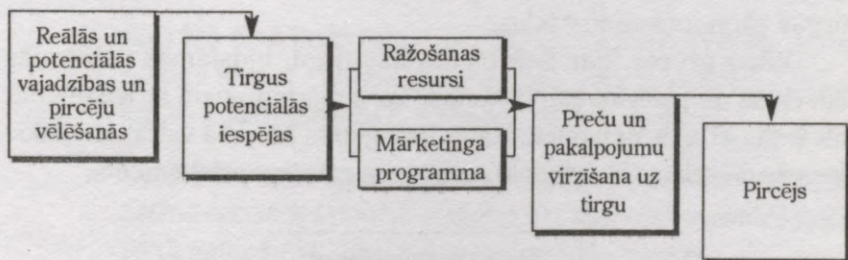
3. **Pārdošanas koncepcija** — vēl viens no iespējamiem tirgus iekarošanas variantiem. Šī koncepcija paredz, ka pircēji pirks preces tikai tad, ja tiks pielikta zināma piepūle preču virzībai un realizācijas palielināšanai. Vēl par šo koncepciju saka, ka te darbojas pārdevējs — aktieris. Šajā gadījumā uzņēmuma galvenais uzdevums ir sasniegt noteiktu savu preču realizācijas apjomu. Tālāk atkal seko šīs koncepcijas shēma:



3.7. shēma. Pārdošanas koncepcija

4. Pircēja koncepcija

Aptver visu iepriekš minēto koncepciju pozitīvos momentus un faktiski ir solis uz priekšu patērētāju vajadzību apmierināšanas virzienā. Varētu teikt, ka tās devīze ir "Mili pircēju, nevis preci". Šī koncepcija paredz pircēju reālo vajadzību un reālās pirktspējas novērtēšanu, ražošanas pielāgošanu šīm vajadzībām, turklāt tas jādara labāk par konkurentiem. Atkal seko koncepcijas shematisks attēls:



3.8. shēma. Pircēja koncepcija

5. **Sociālā mārketinga koncepcija** paredz noteikt un apmierināt pircēju vēlmes, vajadzības un intereses, ņemot vērā visas sabiedrības attīstības intereses. Vienkāršāk sakot, ja katrs no mums būs pilnīgi apmierināts, tad arī visi kopā dzīvosim labi. Protams, šī koncepcija atbilst jebkuras sabiedrības interesēm, tomēr ir mazliet utopiska, jo šodien pasaulē nav valsts, kurā nepastāv visdažādākā rakstura pretrunas, kas traucē realizēt šo koncepciju.

Tātad atcerieties:

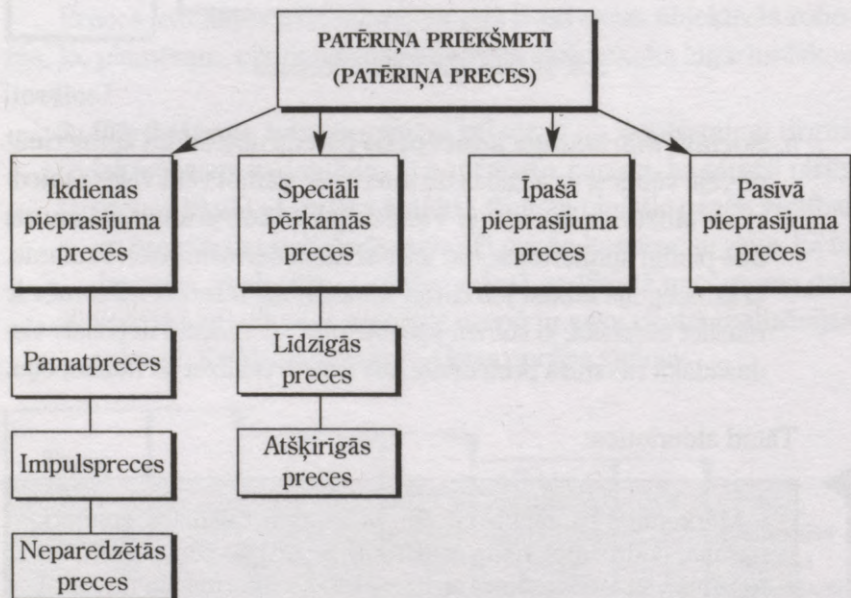
Mārketinga pamatā ir cilvēku vēlmju un vajadzību apmierināšana, nodrošinot viņus ar īsto preci par īsto cenu, pārdodot to istajā vietā, nodrošinot ar izsmeļošāko informāciju un darot to labāk par konkurentiem

3.2.2. Prece

Saskaņā ar starptautisko terminoloģiju, prece ir viss, ko var piedāvāt tirgū iegādei, izmantošanai un patēriņam, lai apmierinātu pircēju vajadzības. Vienkāršāk to var pateikt šādi — prece ir viss, ko tirgū piedāvā pirkšanai.

Preču uzskaitījumā ietilpst materiālie objekti, pakalpojumi, idejas, teritorijas, organizācijas, uzņēmumi utt. Piemēram, darbgalds, kurpes, frizūras izveidošana, koncerts, rūpnīca — tās visas ir preces tirgus ekonomikas apstākļos.

Visas preces, kas tiek piedāvātas tirgū, iedalāmas ražošanas līdzekļos un patēriņa priekšmetos. Taču mārketingam ar iedalījumu tik lielās grupās nepietiek. Katra lielā grupa jāiedala vairākās apakšgrupās. Vispirms shematiski aplūkosim patēriņa priekšmetus.

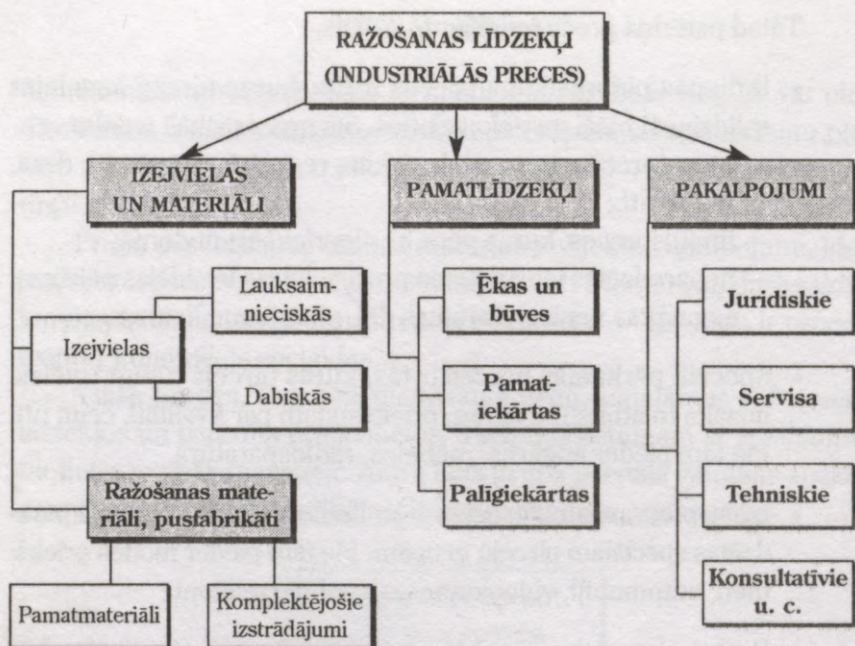


3.9. shēma. Patēriņa priekšmetu iedalījums

Tā tad patēriņa preču iedalījums ir šāds.

- Ikdienas pieprasījuma preces ir tās, kuras pircēji iegādājas salīdzinoši bieži un nekavējoties. Šīs preces sīkāk iedala:
 - pamatprecēs, kuras tiek pirktas regulāri, piemēram, desa, maize utt.;
 - impulspreces, kuras pērk bez iepriekšēja nodoma;
 - neparedzētās jeb ārkārtas preces, kuras iegādājas pēkšņas, negaidītas nepieciešamības dēļ, piemēram, lietussargs.
- Speciāli pērkamās preces ir tās, kuras pircējs rūpīgi izvēlas, nosaka to atbilstību savam priekšstatam par kvalitāti, cenu utt. Pie tām pieder apģērbs, mēbeles, radioaparātūra.
- Īpašā pieprasījuma precēm ir unikāli raksturlielumi, tās paredzētas speciālām pircēju grupām. Pie tām pieder modes priekšmeti, automobiļi, videokameras, mobilie telefoni.
- Pasīvā pieprasījuma preces ir tās, par kurām pircējs gandrīz neko nezina, bet, ja zina, tad nedomā par to iegādi, piemēram, apdrošināšana, kapavieta utt. Lai pārdotu šāda veida precī, vajadzīgi diezgan lieli un dažādi mārketinga pasākumi, īpaši reklāma.

Tagad aplūkosim ražošanas līdzekļu shematisko iedalījumu.



3.10. shēma. Industriālo preču iedalījums

Kā redzams shēmā, ražošanas līdzekļu iedalījums ir šāds:

- izejvielas un materiāli, kas piedalās ražošanas procesā kā darba priekšmeti un sīkāk sadalās izejvielās un ražošanas materiālos;
- pamatlīdzekļi, kuru sastāvā ietilpst
 - ēkas un būves (fabrikas, rūpnīcas);
 - pamatiekārtas (darbgaldi, ģeneratori);
 - palīgiekārtas (instrumenti);
- pakalpojumi, kuros ietilpst juridiskie, tehniskie, servisa, konsultatīvie, kā arī cita veida pakalpojumi.

Katrai atsevišķai precei ir zināmi lietošanas (patēriņa) raksturlieumi: kvalitāte, īpašības, stils, iesaiņojums, preču zīme, serviss. Turpmāk apskatīsim katru atsevišķi.

Preces kvalitāte

Preces attīstības procesā ražotājs tai izvēlas kvalitātes līmeni, kas varētu nostiprināt pozīcijas mērķtirgū. Tāpēc kvalitāte ir viens no līdzekļiem cīņā par pircēju.

Produkta kvalitāti var definēt kā piemērotību tā lietošanai. Dažādiem cilvēkiem dažādos apstākļos ir atšķirīgi priekšstati par kvalitāti un dažādas prasības.

Kvalitatīvam produktam jāatbilst ražotāja noteiktajiem parametriem un klienta vajadzībām. Tas attiecas gan uz produkta funkcionālajām īpašībām, gan arī ārējo izskatu, dizainu, ekspluatācijas ērtumu, lietošanas iespējām un citiem aspektiem.

Klienta vajadzības vai viņa prasības pret kvalitāti aptver konkrētus nosacījumus vai arī noteiktas produkta un tā lietošanas īpašības.

Klientu prasības ir jāanalizē, un kvalitāte jau sākas, pētot tirgu. Šīs prasības apkopo produkta plānošanas posmā. Tā rezultātā rodas konkrētā produkta projekts.

Jāatceras, ka, uzlabojot kvalitāti, parasti palielinās arī pašizmaksa un augstās cenas dēļ produktu var arī nepirkt.

Kvalitātes līmenis jāsabalansē ar cenu un pieprasījumu tirgū

Prasības pret kvalitāti var būt noteiktas arī likumos, normatīvajos aktos un standartos. Likumdevēji nosaka kvalitātes līmeni tādiem produktiem, kuri varētu nodarīt kaitējumu cilvēku veselībai, videi un sabiedrībai kopumā. Lai iegūtu kvalitatīvu produktu, tādām jābūt visam ražošanas procesam — sākot ar kvalitatīvu izejvielu iepirkšanu, kvalitatīvu darbu katrā darba vietā un beidzot ar preces piegādi klientiem.

Produkta kvalitāti ietekmē:

- uzņēmuma stratēģija, vadības darba stils, darbinieku atalgojuma sistēma;

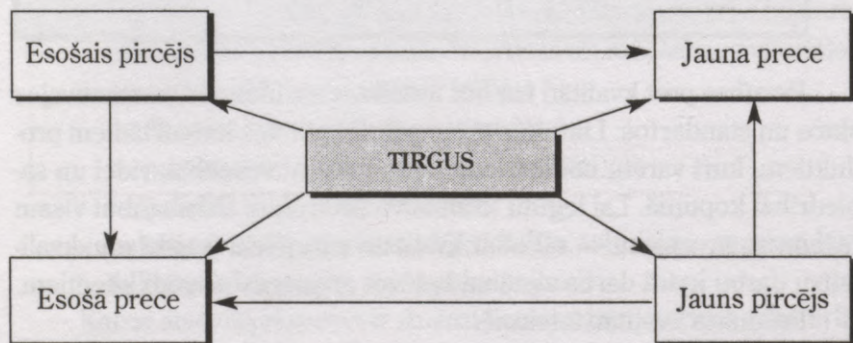
- darbaspēka kvalifikācija;
- izejmateriālu kvalitāte;
- produkcijas uzglabāšanas iespējas u. c.

Nav svarīgi, vai produkts ir reāla lieta vai pakalpojums — kvalitāte būs tāda, kāda tā ir izveidota darba procesā.

Kvalitātes raksturojums ir vai nu tiešs — preces garantija, vai arī netiešs — cena vai citas īpašības. Produkta kvalitāte nedrīkst atšķirties no tās kvalitātes, ar kādu uzņēmums to ir pieteicis tirgū. Ja saglabājas iepriekšējā kvalitāte, pircēji uzņēmumam uzticas un atkārtoti iegādājas produktu.

Preces atšķirīgās īpašības

Nereti uzņēmums kādai precei izgatavo jaunus modeļus ar nelielām atšķirībām bez principiālas maiņas konstrukcijā, piemēram, automašīnai tādas īpatnības var būt automātiska logu atvēršana, stereoradio u. c. Tāpēc ir svarīgi noteikt, tieši kādas īpatnības vajadzētu ieviest, ja precī maina nevis principiāli, bet tikai daļēji. Ar šādiem "sīkumiem" arī iespējams sasniegt lielus panākumus un iegūt jaunus pircējus.



3.11. shēma. Jauna prece — jauni pircēji

Kā piemērs 3.11. shēmai varētu būt Rīgas Piena kombināta ražotais piens "Lāse", jo tam ir vairākas variācijas un katra piesaista jaunus pircējus, lai gan pamatā visam paliek piens.

Preces stils

Cits ceļš, kā sasniegt savas preces atšķirību no konkurenta precēm, ir tās stila jeb dizaina pilnveidošana. Labs preces dizains var to "atdzīvināt" pat tad, kad tā atrodas gandrīz sava dzīvescikla krituma stadijā.

Iesaiņojums

Lai prece iekarotu tirgu, to nepieciešams pareizi iepakot. Tas nav mazāk svarīgi par pašas preces ražošanu, pārdošanu, glabāšanu vai transportēšanu. Iesaiņojums pievērš pircēja uzmanību, rada labu iespaidu par ražotāju. Par iesaiņojumu ir jāsāk domāt vienlaikus ar ideju par preces ražošanu.

Pamazām mainās iepakojuma veidi, piemēram, zivju produkcija, ko agrāk varēja nopirkt tikai konservu kārbā, tagad parādās gan stikla, gan polimēra iepakojumā.

Mainās arī etiķēšana, kas ir viena no iesaiņošanas apakšnozarēm.



Etiķetes ir speciālas zīmes, kuras uzlimē uz dažādām precēm vai to iesaiņojumiem, lai norādītu to saturu, cenu u. tml. Tās paredzētas informācijai vai reklāmai

Bieži preču iepakojumu veido tā, lai tas pats par sevi būtu reklāma, kā arī varētu kalpot gan transportējot, gan izvietojot veikala plauktos un tālāk nonākot pie pircēja, piemēram, *Snickers*, *Bounty* un citu šokolādišu kārbas. Arī uzņēmuma "Laima" produkcija, pateicoties jaunam un skaistam, lai arī dārgam iepakojumam, kļuvusi ļoti populāra.

Uz pārtikas preču iesaiņojumiem parasti var izlasīt

- izstrādājuma nosaukumu;
- izgatavošanas vietu;
- svaru;
- sastāvu;
- lietošanas termiņu;
- pamācības, receptes vairākās valodās.

Mūsdienās preču iesaiņojumi veidoti tā, lai tos varētu ērti atvērt un novietot. Tiem jābūt ekoloģiski tīriem.

Uz daudziem iesaiņojumiem ir preču zīme un svītru kods.

Preču zīme jeb tirdznieciskā preces marka

Katram uzņēmumam ir svarīgi izvēlēties savu preču zīmi, jo arī tā ir viens no preces individuālā raksturojuma elementiem. Marķēšanas problēma kļuvusi sevišķi aktuāla līdz ar pāreju uz tirgus ekonomiku.

Preču zīmi lieto, lai kāda uzņēmuma preces vai pakalpojumus atšķirtu no citiem.

Preču zīmes var būt:

- vārdiskas — sastāv no burtiem, vārdiem, arī personvārdiem, uzvārdiem, cipariem;
- grafiskas — attēls, zīmējums, grafisks simbols, krāsu salikums;
- telpiskas — telpisks apjoms, preces vai tās iesaiņojuma forma;
- kombinētas — sastāv no iepriekš minēto elementu kombinācijām, piemēram, preces etiķete u. tml.

Ja preču vai pakalpojumu zīme nav reģistrēta, tā nav arī aizsargāta. Šajā gadījumā uzņēmējs riskē, ka cits, kurš tādu zīmi jau reģistrējis uz sava vārda, var aizliegt ražot preces vai sniegt pakalpojumus ar attiecīgo preču zīmi. Preču zīmes reģistrācija nav obligāta, tomēr ieteicama. Reģistrācija ir spēkā tikai tās valsts teritorijā, kurā zīme ir reģistrēta. Latvijā preču zīmes reģistrācija ir spēkā desmit gadus. Ja zīmi nelieto piecus gadus pēc kārtas, to var anulēt.

Lai Latvijā aizsargātu preču zīmi, ir nepieciešams:

- preču zīmes reģistrācijas pieteikums LR Patentu valdei;
- izveidotā preču zīme;
- juridiskās personas nosaukums, fiziskai personai — vārds, uzvārds, adrese;
- preču un pakalpojumu saraksts pēc starptautiskās klasifikācijas (42 klases), uz ko preču zīme tiek pieteikta;
- nodeva

Netiek reģistrēti tādi pieteikumi, kuros attēlotās zīmes ir līdzīgas pasaulē pazīstamu uzņēmumu preču zīmēm, kā arī ietverts LR ģerbonis, citu valstu un starptautisko organizāciju simboli.

Daudziem Latvijas uzņēmumiem ir nepieciešams savu preču zīmi aizsargāt ne tikai Latvijā, bet arī citās valstīs, kurās to produkcija tiek realizēta. Visvieglāk to ir veikt starptautiskās reģistrācijas veidā, balstoties uz preču zīmes reģistrāciju savā mītnes zemē.

Tiesības neļaut citam izmantot šo konkrēto preču zīmi stājas spēkā ar tās publikācijas datumu.

Tomēr jebkuram preču zīmes īpašniekam jāatceras, ka saņemtā reģistrācijas apliecība ir tikai dokuments, kas dod tiesības cīnīties par savām tiesībām tiesā.

Preču zīmes lietošanai ir vairākas priekšrocības:

- tā dod iespēju tirgū pazīt šo preci;
- palīdz uzņēmumam iekarot popularitāti;
- garantē augstu preces kvalitāti.

Bieži uz dažādām precēm sastopamas zīmes © un ®, bet ne visi zina, ko tās nozīmē.

® — preču zīme ir reģistrēta

© — firmai pieder preces izdošanas, pavairošanas u. tml. tiesības (visbiežāk šī zīme tiek lietota grāmatās, uz audio un videokasetēm)

Svītru kodi

Latvijā arvien plašāk tiek izmantoti svītru kodi. Visvairāk mūsu valstī tiek lietoti kodi EAN-13 un EAN-8.

Svītru koda pamatfunkcijas ir palīdzēt ražotājiem un tirgotājiem kontrolēt preču plūsmu un automatizēt preču uzskaiti, nevis sniegt informāciju patērētājiem par preču izcelsmi. Aplams ir uzskats, ka svītru kods garantē kvalitāti.

Pirmie svītru kodi parādījās 1962. gadā ASV. *EAN (European Article Numbering)* sistēma tika izstrādāta septiņdesmito gadu vidū īpaši Eiropas vajadzībām, jo bija nepieciešams radīt kopīgu valodu starptautiskai tirdzniecībai.

Šobrīd *EAN International* apvieno 67 nacionālās svītru kodēšanas organizācijas, kas darbojas apmēram 80 valstīs.

Latvijā nacionālās svītru kodēšanas organizācija "*EAN Latvija*" tika nodibināta 1993. gadā. Tā darbojas pie Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras.

Visbiežāk tiek lietots kods EAN-13. Pirmie trīs cipari šajā kodā norāda valsti, kurā uzņēmums saņēmis svītru kodu. Ne vienmēr tā ir valsts, kurā prece ražota. Nākamie četri cipari ir uzņēmuma kods, ko katram ražotājam piešķir nacionālā svītru kodēšanas organizācija.

Katram atšķirīgam produktam tiek piešķirts savs unikāls numurs, un tie ir nākamie pieci cipari kopā. Pēdējais cipars kodā veic kontroles funkcijas.

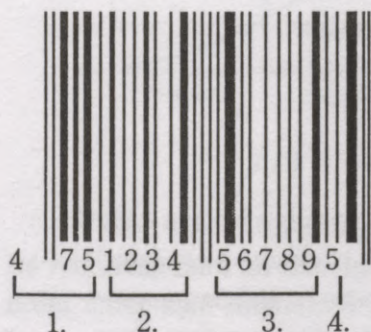
Gadījumos, kad preces iepakojums ir pārāk mazs, lai lietotu kodu EAN-13, uzņēmumam tiek dota atļauja izmantot astoņciparu svītru kodu EAN-8. Šajā šifrā tiek iekļauts uzņēmuma kods, bet pārējie parametri ir tādi paši kā EAN-13. Izmantojot īpašu datorprogrammu, veikalnieks var kodēt produktu cenas atbilstoši katram svītru kodam (tie visi ir unikāli). Ja precī fasē veikalā, tiek izmantots veikalam piešķirtais svītrkods. Kad kasieris ar skenera palīdzību nolasa kodu, datorsistēma automātiski uzmeklē atbilstošās preces cenu. Svītru

kodu sistēma zināmā mērā ir arī aizsardzība pret zagšanu, jo to nodrošina īpaša magnētiskā plēve, kuru ērtības labad uzlīmē tieši uz svītru koda. Skenējot kodu, notiek arī plēves atmagnetizēšana, kasieris abas šīs darbības veic ar vienu kustību.

Lai varētu izmantot svītru kodu, tam jābūt uzdrukātam precīzi pēc *EAN* standartiem. Ideāls krāsu salikums svītru kodam ir melnas svītras uz balta fona. Nereti problēmas rada iespiedkvalitāte.

Lai kļūtu par "*EAN* Latvija" biedriem, jāiesniedz statūti un reģistrācijas apliecības kopija, jāaizpilda iesniegums un jāsamaksā iestāšanās nauda.

Kods EAN-13 (paraugs)



Trīs pirmie cipari identificē nacionālo svītru kodēšanas organizāciju katrā konkrētā valstī. Šo kodu piešķir starptautiskā organizācija *EAN International*. "*EAN* Latvija" piešķirtais kods ir 475.

Citi piemēri:

ASV, Kanāda	00-09
Igaunija	474
Lietuva	477
Dānija	57
Nīderlande	87

Nākamie četri cipari ir uzņēmuma kods. Tie identificē produkta ražotāju vai piegādātāju. Šos ciparus piešķir "*EAN* Latvija" saviem biedriem. Piemēram, 0001 — a/s "Laima"; 0027 — a/s "Dzintars"; 0049 — a/s "Aldaris".

Produkta identifikācijas bloku veido nākamie pieci cipari, kas identificē konkrēto preci. To uzņēmums piešķir katram savam individuālajam produktam un pēc tam reģistrē "*EAN* Latvija" birojā.

Pēdējais ir kontrolcipars, kas kontrolē koda nolasīšanas pareizību. To aprēķina pēc īpaša algoritma.

Serviss

Mārketinga speciālistiem jārisina arī dažādas servisa problēmas: kādus servisa veidus un kādās formās izmantot. Šis komponents var būt gan stiprā, gan vājā vieta preces kopējā piedāvājumā. Uzņēmumā noteikti būtu jāpārdomā, cik svarīgi pircējam ir viņu piedāvātie servisa veidi. Protams, pastāv ļoti daudz servisa veidu, tāpēc nosauksim tikai dažus populārākos:

- piegādes drošība;
- cenu atlaides (visdažādākajās formās);
- tehniskie padomi;
- kredīts;
- precizitāte termiņu izpildē;
- apmaiņas garantijas;
- demonstrēšana izstādēs, gadatirgos u. c.

Ikvienam uzņēmumam svarīgi kontrolēt ne tikai savu, bet arī konkurenta servisa līmeni. Kopumā lēmumam šajā jomā jābūt atkarīgam no pircēju vēlmēm un konkurentu stratēģijas.

Ļoti svarīgs jautājums, runājot par precēm, ir preces dzīvescikls.

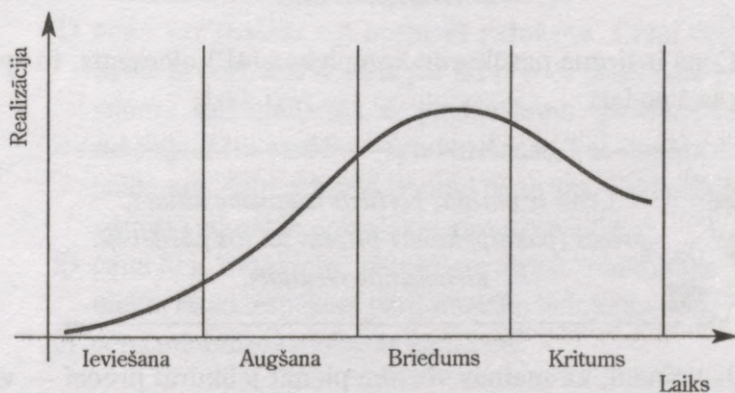


*Preces dzīvescikls ir laika periods,
kad precī var iegādāties tirgū*

Katrs preču ražotājs vēlas, lai viņa preces "dzīvotu" pēc iespējas ilgāk. Zinot pašreizējo preces dzīvescikla stadiju, var prognozēt un plānot turpmāko ražošanu un pārdošanu, kā arī labāk izstrādāt mārketinga stratēģiju un taktiku. Daudzi ekonomisti uzskata precī par

dzīvu būtnei, kuras attīstībai ir šādas stadijas — ieviešana, piedzimšana, brieduma laiks, vecums, nāve.

Lielākajai daļai preču pārdošanas apjoma svārstības laikā, kad tās var iegādāties tirgū, iespējams attēlot ar likni, kas redzama 3.12. shēmā.



3.12. shēma. Preces dzīves cikls

Grafikā skaidri redzamas četras stadijas:

- ieviešana — periods, kad prece parādās tirgū. Šajā laikā uzņēmums gandrīz nesaņem peļņu no realizācijas, jo ir lielas izmaksas, kas saistītas ar ieviešanu;
- augšana — periods, kad prece tirgū tiek atzīta un pieaug tās realizācija;
- briedums — periods, kurā pārdošanas apjoms jau pazeminās. Šī perioda sākumā peļņa sasniedz maksimālo lielumu, bet pēc tam līdz ar tirgus piesātināšanos sāk pazemināties;
- kritums — periods, kad krītas pieprasījums pēc preces, samazinās pārdošanas apjoms un peļņa.

Ir diezgan grūti noteikt, kad sākas un beidzas katra stadija. Visām precēm dzīvescikla līkne nav vienāda, jo dažas preces no ieviešanas stadijas pāriet tieši brieduma stadijā, bet citas no brieduma stadijas pāriet atkārtotā augšanas stadijā.

Tomēr, pamatojoties uz vispārējo preces dzīvescikla koncepciju, tirgziņiem jāizstrādā mārketinga stratēģija katrai stadijai.

3.2.3. Cena

Cena ir tirgus pasākumu kompleksa (4P) elements, to apskatīsim šajā nodaļā.

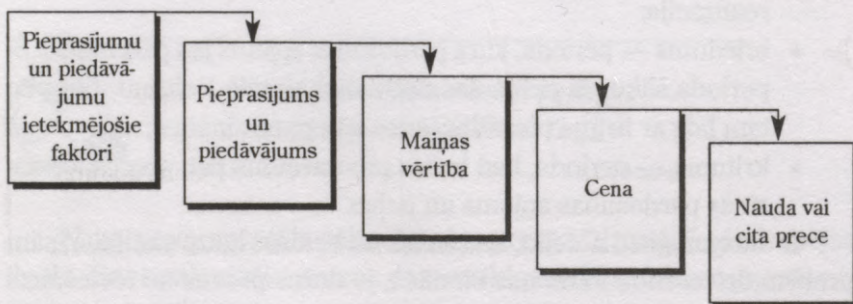


*Cena ir maiņas vērtības izpausme naudā,
preces (pakalpojuma) pircēja un tās pārdevēja
vienošanās rezultāts*

Jau zinām, ka maiņas vērtība piemīt jebkurai precei — vai tā būtu patēriņa, vai rūpniecībai nepieciešams produkts vai pakalpojumi. Maiņas vērtības lielumu ietekmē preces derīgums no pircēja viedokļa, pirktspēja, mode, piedāvātāja ieguldītais, konkurenti.

Savukārt cenas izpausme ir nauda vai cits produkts (arī pakalpojums), ko dod kompensācijai par iegādāto preci.

Šīs sakarības varētu attēlot šādi:



3.13. shēma. Cena kā maiņas vērtības izpausme

Cenas nozīme uzņēmējdarbībā ir liela.

No vienas puses — jebkurš indivīds, ģimene, uzņēmums un valsts kā pircējs vēlētos pēc iespējas zemākas cenas, bet, no otras puses, kā pārdevējs — pēc iespējas augstākas. Un tikai šo abu tendenču mijiedarbības rezultātā notiek sabiedrības attīstība, jo

- 1) cena var rosināt vai bremzēt ražošanu. Cenu celšanās kādai precei, kas norāda par šīs preces palielinātu pieprasījumu salīdzinājumā ar piedāvājumu, pievilina jaunus ražotājus. Un otrādi — cenu krišanās, kas norāda uz pārpalikumu, daļu ražotāju izstumj no tirgus. Tajā paliek ekonomiski stiprākie, mobilākie, progresīvākie;
- 2) cena liek “retākiem” resursiem atrast “naudīgāko” īpašnieku, tātad iespējami pārdomātāko lietojumu;
- 3) cena minimizē ražošanas izmaksas.

Jebkurš pircējs — vai tas būtu indivīds vai uzņēmums, vienmēr izvēlēsies lētāko preci (ja kvalitāte un citi kritēriji būs vienādi). Tātad uzvarētājs konkurencē starp piedāvātājiem būs tas ražotājs, kura izmaksas būs mazākas, jo tikai tāds varētu atļauties zemāku pārdošanas cenu nekā citi. Bet mazākās ražošanas izmaksas veido tuvākās, labākās un lētākās izejvielas, pārdomātākā tehnoloģija, optimāla jaudu noslodze.



Klienti	Uzņēmēji
<ul style="list-style-type: none"> • labumi • vajadzības • pieejamība 	<ul style="list-style-type: none"> • izmaksas • pārdošanas apjoms • peļņa

Pieņemot lēmumu par cenu, ir svarīgi ņemt vērā abus viedokļus.

Cenu noteikšana

Kā noteikt labāko, pareizāko cenu?

Vispārīgā gadījumā — cena nedrīkstētu būt zemāka par izmaksām, ne arī augstāka par to summu, pie kuras vairs nav pieprasījuma. Starpposmā varētu būt pieņemams jebkurš cenas lielums. To konkrēti nosaka atkarībā no izvirzītajiem mērķiem.

Attiecībā uz cenu izšķir trīs mērķu pamatvirzienus:

- maksimāla rentabilitāte (jeb peļņas attiecība pret apgrozījumu — ienākumiem vai ieguldīto kapitālu);
- maksimāls realizācijas apjoms — ieņēmumi; citreiz tā vietā — tirgus daļas iekarošana vai noturēšana;
- sociāli, ētiski, laba iespaids (imidža) vai citi, piemēram, inflācijas, apsvērumi.

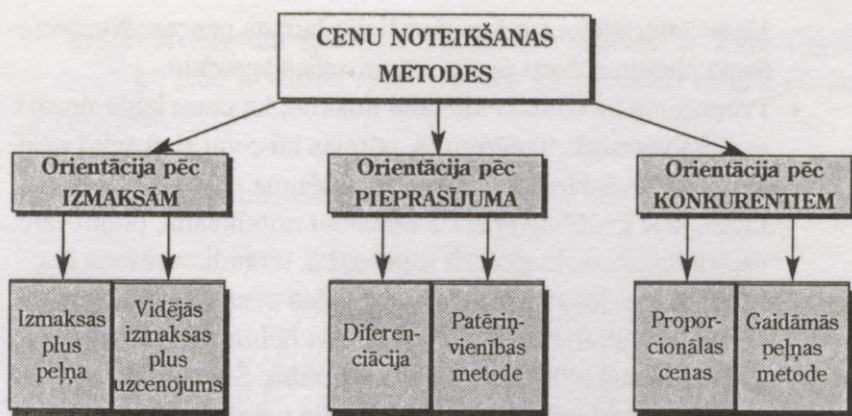
Pēdējais gadījums varētu arī nebūt tipisks uzņēmējdarbībai, tāpēc to sīkāk neapskatisim, toties varam nosacīti apvienot abus pirmos pamatvirzienus vienā: — *maksimāla peļņa*, jo tas sevī apvieno gan lielāku relatīvo peļņu (rentabilitāti), gan arī lielāku realizācijas apjomu:

$$P\% \times A = \text{PEĻŅA} \rightarrow \max$$

, kur P% — peļņas % rentabilitāte,
A — realizācijas apjoms.

Ari tad, ja relatīvo peļņu definē attiecībā pret ieguldīto kapitālu, lielāka rentabilitāte un lielāks realizācijas apjoms nodrošina lielāku peļņu.

Cenu noteikšanas metodes apkopotas 3.14. shēmā.



3.14. shēma. Cenu noteikšanas metode

- Metode “izmaksas + peļņa” paredz tādu cenas lielumu, ko iegūst, izvērtējot izmaksas un peļņu. Peļņu izsaka vai nu ar naudas summu, vai procentiem no izmaksām.
Lieto, ja ražošanai nepieciešams salīdzinoši ilgs laiks un produkcija (pakalpojumi) ir nestandarta — pasūtījuma darbu, būvniecība, rekonstrukcija u. tml.
- Metode “vidējās izmaksas + uzcenojums” ir līdzīga iepriekšējai, vienīgi peļņas procenti ir samērā stabils katrai preču grupai vai pat atsevišķai precei.
Lieto tirdzniecībā.
- Cenu diferenciācija nozīmē dažādas atšķirīgas cenas vienai un tai pašai precei atkarībā no pircēja tipa, iegādes laika, vietas u. tml.
Var sekmīgi lietot tikai pēc rūpīgiem tirgus segmentācijas pētījumiem. Piemēram, dienas un nakts tarifi taksometru pakalpojumiem.
- Patēriņvienības metode paredz cenu noteikšanu atkarībā no pircēja vērtējuma.

Lieto, izstrādājot un ieviešot tirgū jaunas preces. Nepieciešama pircēju aptauja un šīs informācijas apstrāde.

- Proporcionālā cenu veidošana nozīmē, ka cenu kādā nozarē nosaka vadošais uzņēmums, pārējās tai cenu ziņā seko neatkarīgi no savām izmaksām vai pieprasījuma.

Lieto, ja ir grūtības precīzā izmaksu noteikšanā, piemēram, papīra ražošanā, ķīmiskajā rūpniecībā, tēraudkausēšanā u. c.

- Gaidāmās peļņas metode paredz tādas cenas noteikšanu, pie kuras būtu pietiekami augsts peļņas lielums kombinācijā ar iespējami augstāko šīs peļņas varbūtību. Šie abi faktori savā starpā ir apgriezti proporcionāli — jo prasīs lielāku peļņu, jo mazākas iespējas (varbūtība), ka tas tā īstenosies. Tāpēc piemērotākajai cenai atbilst peļņa, kas var arī nebūt ar maksimālo lielumu.

Lieto, slēdzot līgumus, piedaloties konkursos, ciņā par pasūtījumu.

Mazā biznesa praksē var rīkoties šādi.

1. Nosaka to individuālo cenu, ar kuru ir kompensētas visas izmaksas un kurā ir arī ietverta vēlamā peļņa.

Pieņemsim, ka uzņēmējam Prātvēderam šo cenu lielumi ir 7,00 Ls/gab. (tikai izmaksu segšana) un 8,00 Ls/gab. (ieskaitot arī savu nodomāto peļņu).

2. Konkurences apstākļos nevar nerēķināties ar cenām, par kurām tādas pašas preces piedāvā konkurenti.

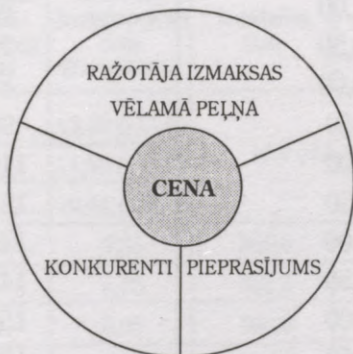
Ja viņu cenas ir, piemēram, 10,00 Ls/gab., tad Prātvēders, visticamāk, paredzēs šo cenu arī savai precei.

3. Tirgū nav tikai piedāvātāji vien, galīgo jeb tirgus cenu nosaka arī otra puse, kas piedalās preču apmaiņā, — pircēji.

Pieņemsim, ka pieprasījums ir krietni mazāks par piedāvājumu, tāpēc precī būs iespējams realizēt nevis par 10,00 Ls/gab., bet par 8,50 Ls/gab.

Un Prātvēderam nav īpašu problēmu sakarā ar šādu tirgus precī, jo Ls 8,50 ir vairāk nekā sākotnēji nodomātā cena 8,00 vai 7,00 Ls/gab.

Tātad mazajā biznesā cenu ietekmē



3.15. shēma. Cenu ietekmējošie faktori

Daži praktiski padomi

- Neaizmirstiet, ka ražošanas izmaksas ietilpst ne vien mainīgās, bet arī pastāvīgās izmaksas
- "Ražotāja" peļņu var pieņemt un aprēķināt kā procentu no izmaksām
- Neaizmirstiet pievienotās vērtības nodokli un starpnieku uzcenojumus, kas sadārdzinās jūsu piedāvāto
- Cena ietekmē pārdošanas apjomu

Lai ilustrētu, kā aprēķina tās cenas, kas nodrošinātu izvirzītos mērķus, apskatīsim piemēru. Sākuma dati:

- 1) mainīgās izmaksas — Ls 3,50 uz pakalpojumu;
- 2) pastāvīgās izmaksas — Ls 500 apskatāmajā laika periodā;
- 3) pieprasījuma un cenas kopsakars:

3.4. tabula

Cena (bez PVN), Ls/pakalp.	Pieprasītais pakalpojumu daudzums apskatāmajā laika periodā
11,5	58
11,00	62
10,50	70
10,00	85
9,50	95
9,00	110
8,50	121
8,00	132
7,50	145
7,00	155
6,50	165
6,00	180
5,50	190

Piemērotāko cenu noteikšana.

Vispirms raksturosim pieļaujamo cenu apgabalu, t. i., aprēķināsim tās cenas, kuras spēj segt ražošanas izmaksas, izmantojot izteiksmi:

$$\text{Izmaksas kompensējoša cena (bez PVN)} = \text{mainīgās izmaksas uz pakalpojumu} + \text{pastāvīgās izmaksas uz pakalpojumu}$$

Ja, piemēram, pakalpojumu daudzums būtu 60, šāda cena būtu:
 $3,50 \text{ Ls/pakalp.} + (\text{Ls } 500 : 60 \text{ pakalp.}) = 11,83 \text{ Ls/pakalp.}$

Līdzīgi aprēķināsim šo cenu lielumus arī citiem pieprasītajiem daudzumiem.

Rezultātus aplūkosim 3.5. tabulā.

3.5. tabula

Cena (bez PVN) (Ls/pakalp.)	Pakalpojumu daudzums apskatāmajā periodā	Izmaksas kompensējošā cena (Ls/pakalp.)	Ienākumi (Ls)	Peļņa (Ls)	Rentabilitāte (%)
11,50	58	12,12 (>11,5)	Nav pieļaujamo cenu apgabālā		
11,00	62	11,56 (>11,0)			
10,50	70	10,64 (>10,5)			
10,00	85	9,38	850,0	52,5	6,2
9,50	95	8,76	902,5	70,0	7,8
9,00	110	8,05	990,0	max 105,5	max 10,6
8,50	121	7,63	1028,5	max 105,0	10,2
8,00	132	7,29	1056,0	94,0	8,9
7,50		145	6,95	max 1087,5	80,0
7,00					
7,00	max 155	6,73	Nav pieļaujamo cenu apgabālā		
6,50	165	6,53 (>6,5)			
6,00	180	6,28 (>6,0)			
5,50	190	6,13 (>5,5)			

Jāsecina, ka nedrīkstētu atļauties sākotnēji nodomātās cenas 11,50 un 11,00; 11,00; 10,50; 6,50; 6,00 un 5,50, jo visos šajos gadījumos tās nekompensēs ražošanas izmaksas.

Tātad pieļaujamo cenu apgabals ir robežās no 10,00 līdz 7,00 Ls/pakalp.

Tad varētu noteikt to cenu, kas nodrošinātu *maksimālo tirgus daļu*, resp., 155 klientus (sk. 3.5. tab.). Šī cena būtu 7,00 Ls/pakalp.

Citādi būtu nosakāma cena, kas garantētu *maksimālos ieņēmumus*. Vispirms jāaprēķina iespējamie ienākumi, izmantojot sakarību:

$$\text{ieņēmumi} = \text{cena} \times \text{daudzums}$$

Lielākos ieņēmumus (Ls 1087,5) nodrošinātu cenas lielums 7,50 Ls/pakalp.

Pēc tam noteiksim tās cenas lielumu, pie kuras būtu gūstama *maksimālā peļņa*. Peļņas aprēķināšanai var izmantot izteiksmi:

$$\text{peļņa} = \text{ieņēmumi} - \text{pastāvīgās izmaksas} - \text{mainīgās izmaksas}$$

Ja, piemēram, cena būtu 10,00 Ls/pakalp., tad peļņa būtu 850 – 500 – (3,50 × 85) jeb Ls 52,50. Ievietojot 3.5. tabulā šo un citus peļņas lielumus, varam secināt, ka lielāko peļņu Ls 105 apmērā nodrošinātu cenas robežās no 8,50 līdz 9,00 Ls/pakalp.

Savukārt *augstāko rentabilitāti* — 10,6% (šajā gadījumā peļņas atiecību pret ieņēmumiem) ļautu sasniegt cena 9,00 Ls/pakalp.

Tātad piemērotākās cenas:

<i>max</i> tirgus daļai	7,00 Ls/pakalp.
<i>max</i> ieņēmumiem	7,50 Ls/pakalp.
<i>max</i> peļņai	8,50–9,00 Ls/pakalp.
<i>max</i> rentabilitātei	9,00 Ls/pakalp.

Cenu politika

Paralēli cenu noteikšanas procesam katrā uzņēmumā ir jāizstrādā arī sava cenu politika. Aplūkosim dažas populārākās:

- nokrejošanas politika;
- tirgus iegūšanas politika;
- cenu gradācijas politika.

Nokrejošanas politiku īsteno, vispirms paredzot samērā augstu cenu precei,

- kas ir tikko ieviesta;
- kam ir kādas būtiskas priekšrocības salīdzinājumā ar tās priekštecēm;
- ko pavada atbilstoša reklāma;
- vēlams, lai būtu pietiekami populāra preču zīme.

Turpmāk (piesātinoties tirgum), izmantojot jebkuru iegastu, cenu var pazemināt.

Šis stratēģijas paveids varētu būt īpaši augstas — t. s. prestiža cenas noteikšana. Tas pamatojas uz pircēja apsvērumu: ja tik dārgs, tad arī īpaši labs! Šo paņēmieni sauc arī par cenu *psiholoģisko politiku*.

Tirgus iegūšanas politika ir pretēja “nokrejošanai”. To iespējams izmantot tradicionālām precēm, vispirms paredzot zemāku cenu nekā konkurentiem un vienlaikus maksimāli plaši izvēršot realizācijas iespējas. Kad vēlamā (vai maksimāli iespējamā) tirgus daļa ir iegūta, tad, izmantojot kādu iegastu, cenu var paaugstināt. Tas gan ir grūtāk nekā cenu pazemināt.

Ar “tirgus iegūšanas” cenām sasaucas t. s. *nepilnās cenas*, piemēram, Ls 17,00 vietā — Ls 16,97. To iedarbības pamatā ir pircēja uztveres īpatnības.

Cenu gradācijas politika paredz plašu cenu spektru, kam atbilst attiecīgas kvalitātes preces. Tas nodrošina pirkumu jebkura pircēja vēlmēm un iespējām.

Jebkurā gadījumā cenu politika ir saistīta ar preces dzīvesciklu.

Plānojot tirgus pasākumu kompleksu (4P), nedrīkstētu aizmirst tādus vienkāršus, bet tāpēc ne mazāk iedarbīgus paņēmienus kā

- apmaksas formu izvēles iespēja: skaidrā naudā, ar pārskaitījumu, ar kredītkartēm, uz nomaksu u. tml.;
- “bezmaksas” papildu pakalpojumi: konsultēšana, transports, uzstādīšana, garantijas u. c.;

- cenu atlaides: pērkot lielāku daudzumu, izmantojot pakalpojumus atsevišķās nedēļas dienās vai gada periodos — “klusajā sezonā”, atsevišķām klientu grupām — skolēniem, pensionāriem, sakarā ar pirmssvētku iepirkšanos, beidzoties sezonai u. tml.

3.2.4. Vieta

Katram ražotājam viens no svarīgākajiem uzdevumiem ir nogādāt preci pircējam. Ir svarīgi pārdomāt, kādā veidā pārdot:

- tieši apciemojot klientu;
- veikalos;
- kioskos;
- ar aģentu palīdzību;
- ar uzpircēju starpniecību;
- pa pastu.

Lielākā daļa ražotāju savas preces tirgum piedāvā ar starpnieku palīdzību. Katrs cenšas izveidot savus preču realizācijas kanālus:

- tradicionāli ražotājs nodod savu preci neatkarīgiem vairumtirgotājiem lielās, nešķīrotās partijās, kuri tās uzglabā, šķiro un nodod mazumtirgotājiem daudz mazākās partijās;
- ir arī tādi mazumtirgotāji, kuriem pieder liels skaits mazumtirdzniecības veikalu, kas ir pietiekami lieli, lai varētu iegādāties lielas preču partijas tieši no ražotājiem, jo tiem ir savas noliktavas, kā arī transports preču piegādei;
- dažos gadījumos ražošana, vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība apvienotas vienā uzņēmumā, piemēram, a/s “Laima” savu produkciju pārdod firmas veikalos;
- nelieli ražotāji savu produkciju bieži pārdod tieši mazumtirgotājiem, piemēram, konditori savus izstrādājumus nogādā kafējnicās;
- ir arī tāda preču realizācijas forma, kurā apiet mazumtirgotājus,

piemēram, tirdzniecība pa pastu precī nogādā pircējam tieši mājās.

Vairumtirdzniecība ir svarīgs posms preču realizācijā. Tā palīdz atrisināt problēmas, kas rodas tāpēc, ka

- ražotāji vēlas piegādāt preces lielās partijās, atbrīvojoties no tām pēc iespējas ātrāk;
- patērētāji vēlas pirkt nelielu preču daudzumu un tikai tad, kad rodas nepieciešamība.

Vairumtirgotāji sniedz veselu virkni pakalpojumu:

- veido preču partijas;
- glabā lielus preču krājumus;
- kalpo kā informācijas avots mazumtirgotājiem;
- uzņemas risku.

Mazumtirgotāji ir pēdējais posms preču realizācijā. Tie sniedz šādus pakalpojumus:

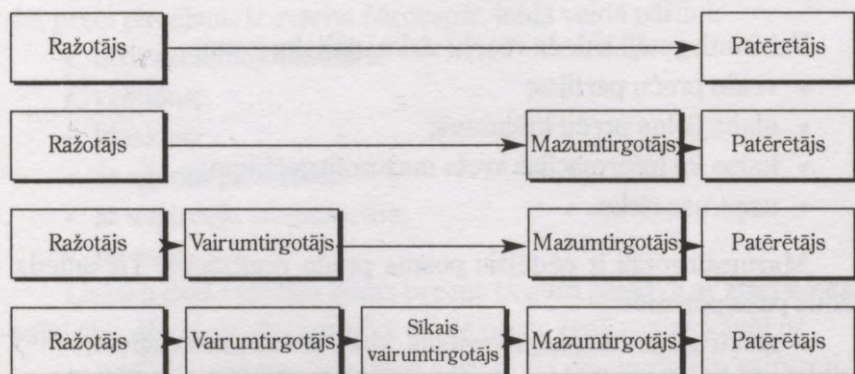
- atšķirīgu preču piegāde vietās, kas ir ērtas patērētājiem;
- iespēja ražotājiem realizēt produkciju daudzās tirdzniecības vietās;
- sniedz atšķirīgu preču ražotāju reklāmu, dod paskaidrojumus par preču lietojumu un kvalitāti;
- smagu un apjomīgu preču piegāde;
- pēc pārdošanas veic tehniski sarežģītu preču apkalpošanu.

Mazumtirdzniecības uzņēmumu veidi:

- neatkarīgie mazumtirgotāji (veikali pircēju dzīvesvietas tuvumā, parasti strādā ilgāk nekā lieli veikali);
- firmas veikali (pieder lieliem uzņēmumiem, parasti veido veikalu tīklu ar savu stilu, noformējumu);
- mazumtirgotāju apvienības (veikaliem ir viens nosaukums, taču tie pieder vairākiem īpašniekiem);

- universālveikali (vairāki specializēti veikali zem viena jumta);
- supermārketi (ar platību virs 2000 m²);
- hipermārketi (ar platību virs 5000 m², liels preču sortiments, galvenokārt pārtika), parasti atrodas pilsētas nomalēs, lai būtu ērti automašīnu piebraukt tieši pie veikala;
- pašapkalpošanās universālveikali (mazumtirdzniecības veikals + noliktava ilglietošanas precēm).

Dažādu līmeņu sadales kanāli attēloti 3.16. shēmā.



3.16. shēma. Sadales kanāli

Darbojoties mazā biznesa jomā, jāzina, ka jebkurā apdzīvotā teritorijā var būt paaugstinātas, pastāvīgas un zemas tirdznieciskās aktivitātes zonas.

Paaugstinātas aktivitātes zonā — pilsētas centrā, transporta maģistrāļu krustojumos, dzelzceļa staciju rajonā — vienmēr atradīsies pircēji, un pat neliels uzņēmums, veikals te strādās ar peļņu.

Pastāvīgas aktivitātes zonā parasti ir vieni un tie paši klienti, kas strādā vai dzīvo attiecīgajā rajonā. Vietu uzņēmumam izvēlas ar ērtām, isām pieejām, tādējādi mudinot pircēju izdarīt pirkumu.

Mazos uzņēmumos izpaužas ilggadīgas prakses rezultātā nosta-

bilizējies noteikums "40 uz 60". 40% pastāvīgo pircēju parasti nodrošina 60% peļņas. Pēc amerikāņu speciālistu domām, tikai 40% gadījumu mazā biznesa pārstāvju neveiksmes ir saistāmas ar nepareizu tirgus novērtēšanu vai konkurentu darbību. Daudz bīstamāka ir nepareiza noieta realizācija un neveiksmīgs darbības sākums, kad tirgus vēl nav sagatavots ar reklāmas palīdzību, pārāk augsta cena, neveiksmīga izejvielu izvēle vai problēmas ražošanā — tas sastāda 60% neveiksmju.

3.2.5. Popularizēšana

Popularizēšanas pamatvirzienus jau apskatījām 3.4. shēmā, un tie ir

- reklāma;
- personīgā pārdošana;
- noieta veicināšana;
- propaganda.

Tātad, lai precī pirktu, pircējs jāinformē par preces esamību, tās īpašībām un priekšrocībām, cenu un vietu, kur tā nopērkama. Tā ir maiņas procesa svarīgākā sastāvdaļa. Katru no popularizēšanas pamatvirzieniem apskatīsim detalizētāk.

Reklāma

*Reklāma ir nepersonificēts ziņojums
izvēlētajai auditorijai ar dažādu masu informācijas
līdzekļu starpniecību preces, ideju vai pakalpojumu
virzīšanas nolūkā*

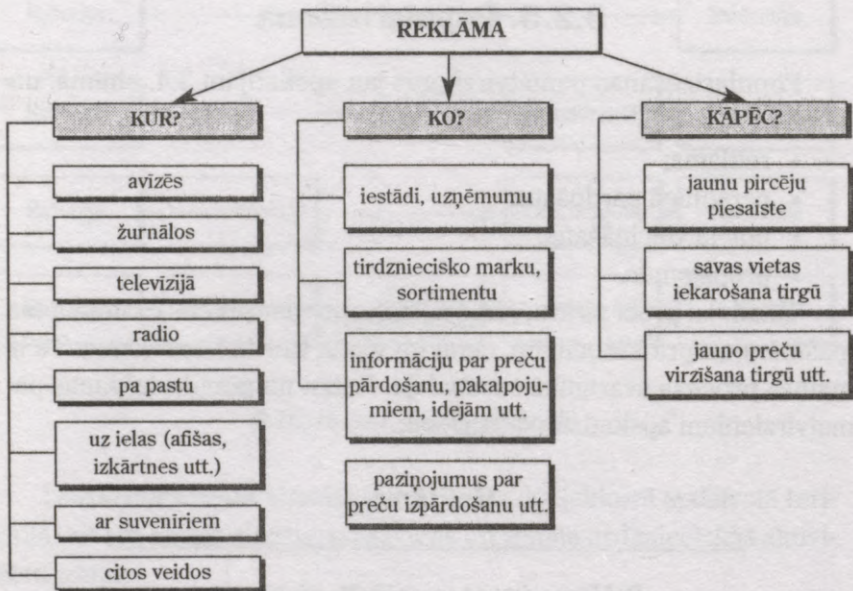


Reklāma nozīmē jebkura vispārīga priekšstata veidošanu un preces, pakalpojuma vai idejas virzīšanu mērķa auditorijai par samaksu.

Reklāma ir cilvēku informēšana par precēm tādējādi, lai viņi labprātāk gribētu pirkt jūsu, nevis konkurentu preces.

Reklāmā dotā informācija atspoguļo produkta īpašības un priekšrocības, kuras apmierinās pircēja vēlmes un vajadzības. Reklamējot jaunu produktu, dažkārt jāinformē par veselu produktu grupu un iespējamo lietojumu. Šajā gadījumā reklāma rada pieprasījumu pēc konkrētas produktu grupas neatkarīgi no ražotāja.

Dažkārt uzņēmumi reklamē tikai savu vārdu, lai veicinātu firmas iepazīšanu, to vienlaikus saistot ar vairākām precēm.



3.17. shēma. Reklāmas pamatjautājumi

Reklāmas veidi ir atkarīgi no tā, ko izvēlas par klasifikācijas pamatu. Viens no klasifikācijas veidiem ir šāds:

- preču reklāma — tās mērķis ir stimulēt atsevišķu preču pārdošanu;

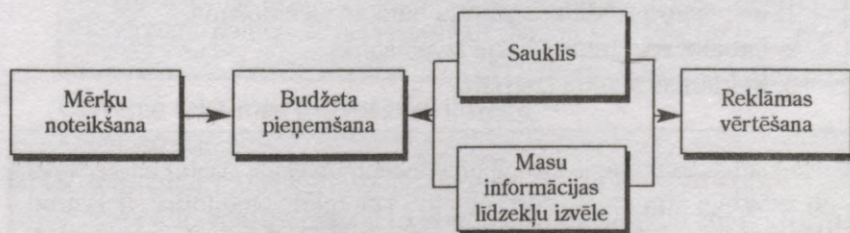
- institucionālā reklāma — mērķis ir radīt uzņēmuma imidžu;
- salīdzinošā reklāma — tās mērķis ir salīdzināt divu vai vairāku preču parametrus;
- konkurējošā reklāma — izceļ uzņēmuma preču priekšrocības salīdzinājumā ar konkurējoša, vārdā nenosaukta uzņēmuma analogiskām precēm.

Atkarībā no izvēlētās pieejas pircējam reklāmas iedala:

- **informējošā reklāma** — informē potenciālo pircēju par jaunu preci, tās cenu, izmantošanas iespējām un pakalpojumiem pēc preces nopirkšanas;
- **pierunājošā reklāma** — mudina dot priekšroku konkrētai precei. Tās uzdevums ir pārliecināt potenciālo pircēju mainīt attieksmi pret preci un radīt vēlmi to iegādāties;
- **atgādinājošā reklāma** — informē potenciālo pircēju par to, ka prece vēl var noderēt, un ziņo, kur to var iegādāties.

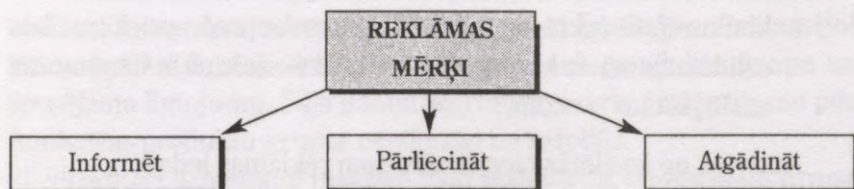
Reklāmas īstenošanas procesā (3.18. shēma) ietilpst

- reklāmas uzdevuma (mērķa) izvirzīšana;
- reklāmas saukļa izstrāde;
- informācijas līdzekļu un reklāmas laika izvēle;
- reklāmas budžeta izstrāde;
- reklāmas efektivitātes novērtēšana.



3.18. shēma. Reklāmas īstenošanas process

Reklāmas uzdevums ir vai nu informēt un atgādināt, vai pārliecināt potenciālos pircējus (3.19. shēma).



3.19. shēma. Reklāmas mērķi

Izvirzot reklāmas mērķi, jāformulē pamatuzdevumi, kuru atrisināšana ir galvenais uzdevums turpmākajā reklamēšanā. Izvirzot vēlamo rezultātu, kas sasniedzams ar reklāmas palīdzību, ir jāizstrādā *reklāmas sauklis*.

Lai izstrādātu reklāmas saukli, ir nepieciešams

- noteikt potenciālo pircēju auditoriju, kuriem adresēta reklāma;
- izpētīt, kādus informācijas līdzekļus visbiežāk izmanto mērķa auditorija;
- noteikt potenciālo pircēju vajadzības un prasības;
- prognozēt pircēju iespējamo uzvedību pēc iepazīšanās ar reklāmu.

Ņemot vērā iepriekšējos faktorus, tiek izstrādāts reklāmas sauklis šādos posmos.

1. Iespējamo reklāmas saukļu bankas izveidošana.
2. Labāka reklāmas saukļa izvēlēšanās.
3. Reklāmas saukļa izstrāde.

Reklāmas sauklim — lozungam koncentrētā veidā jāsaturs pārliecinoši un iedarbīgi argumenti, adresēti attiecīgai mērķa auditorijai. Ir jāatrod attiecīgs stils, tonis, vārdi, forma, stilistisks, grafisks un krāsu risinājums, kas visprecīzāk atbilstu formulētajam reklamēšanas mērķim

Kā kvalitatīvu pašmāju piemēru visam iepriekš minētajam varētu minēt Ādažu čipsu reklāmu ar saukli "Pērc un kraukšķi!".

Vienlaikus ar reklāmas saukļa izstrādi jāizvēlas informācijas līdzeklis.

Izvēloties informācijas izplatīšanas līdzekli, jāņem vērā:

- kāda konkrēta mērķa auditorija jāiepazīstina ar reklāmu un kādā laika posmā;
- cik reižu dotajā laika posmā ir mērķtiecīgi iepazīstināt vidējo mērķa auditorijas pārstāvi ar reklāmas saukli;
- cik spēcīgi jāiedarbojas uz mērķa auditoriju;
- kādi līdzekļi jāizmanto, izstrādājot un izplatot reklāmas saukli.

Faktiski, lai sasniegtu vēlamos rezultātus, reklāma jāsadzīvo tā, lai iedarbotos uz iespējamo pircēju četros līmeņos.

1. **Uzmanība** — lai reklāma nebūtu veltīga naudas izšķiešana, tai jāpiesaista cilvēku uzmanība.
2. **Interese** — tālāk tai vajadzētu izraisīt viņu personīgo interesi.
3. **Vēlēšanās** — tai būtu jārada vēlēšanās nopirkt reklamēto preci vai vismaz paturēt to prātā.
4. **Rīcība** — visbeidzot tai vajadzētu pamudināt ķerties pie rīkošanās, piemēram, pirkt, rakstīt, zvanīt u. tml.

Atcerieties! Jebkura reklāma ir domāta tam, lai dažās sekundēs iedarbotos uz iespējamo pircēju. Sludinājums nevar stimulēt pārdošanu, kamēr to neizlasa; to nevar izlasīt, kamēr to neierauga; to neierauga, kamēr tas nepiesaista uzmanību

Galvenie reklāmas izplatīšanas līdzekļi:

- laikraksti;
- televīzija;
- tieša informatīvā materiāla nosūtīšana pa pastu;
- radio;
- žurnāli;

- plakāti un gaismas reklāmas;
- brīvi pieejamas vitrīnas ar precēm;
- plakāti un uzraksti uz transporta līdzekļu ārējām virsmām un to salonos;
- vitrīnas ar precēm stacijās un lidostās;
- vitrīnas preču tirgošanās vietās;
- iesaiņojums;
- etiķetes;
- izstādes;
- gadatirgi;
- suvenīri;
- citi līdzekļi un pasākumi.

Katram reklāmas izplatīšanas līdzeklim ir savas priekšrocības un savi trūkumi (3.20. shēma).

Masu informācijas līdzeklis	Priekšrocības	Trūkumi
Laikraksti	Elastīgums, operatīvāte, daudz lietotāju, augsts uzticēšanās līmenis	Īss dzīvescikls, daudz konkurentu, zema reprodukciju kvalitāte
Žurnāli	Prestīžs, garantēta speciālistu interese, augsta kvalitātes reprodukcijas	Lasa tikai atsevišķas cilvēku grupas, ilgs laiks līdz pirkšanai
Televīzija	Skaņas, krāsas un kustību kombinēšanas iespējas, augsts uzmanības līmenis	Augstas izmaksas, islaicīgs raidījums, zema auditorijas atlaeses pakāpe
Radio	Plaša auditorija, zemas izmaksas	Tikai skaņas ietekme, islaicīgs raidījums, diezgan zems uzmanības līmenis
Uz ielas	Elastīgums, ekspozīcijas ilglaicīgums, zemas izmaksas, zema konkurence	Nav auditorijas atlaeses, iedarbības paņēmienu ierobežotība
Pasts	Potenciālo pircēju atlaese, elastīgums, zema konkurence, personīga pieeja	Diezgan augstas izmaksas, grūti noteikt visefektīvāko vietu un laiku

3.20. shēma. Reklāmas izplatīšanas līdzekļa priekšrocības un trūkumi

Viens no reklāmas dienesta darbinieku pamatuzdevumiem — par atvēlētajiem līdzekļiem izvēlēties vispiemērotāko, visplašāko un visciešāko reklāmas kontakta veidu ar potenciālo pircēju.

Reklāmas budžeta izstrāde ir izmaksu novērtējums un izvēle.

Praksē visbiežāk izmanto šādas reklāmas izdevumu metodes:

- iespējamo izdevumu metode — reklāmdevējs uzskata, ka viņš var izlietot tik daudz līdzekļu, cik viņam ir;
- fiksētā procenta metode — reklāmas uzdevumiem nosaka noteiktu procentu no pagājušā gada vai arī gaidāmās pārdošanas summas;
- konkurentam analogā metode — reklāmas budžeta līdzekļus nosaka tādā pašā apjomā kā konkurenti;
- maksimālo ienākumu metode — reklāmdevējs pamatojas uz to, ka pastāv saikne starp pārdotā apjomu un tā reklāmai izlietojamiem līdzekļiem;
- uzņēmuma mērķiem un uzdevumiem atbilstošā metode — izmantojot šo metodi, ir nepieciešams noteikt:
 - uzņēmuma mērķus;
 - uzdevumus;
 - kādi uzdevumi ir jārisina ar stimulēšanas kompleksa un reklāmas palīdzību;
 - nepieciešamos līdzekļus atsevišķiem reklāmas pasākumiem.

Katram atsevišķam reklāmas pasākumam noteiktā izdevumu summa veido reklāmas budžetu. Ja šī summa neatbilst uzņēmuma iespējām, ir nepieciešams pārskatīt izvirzītos uzdevumus, kuriem jānodrošina mērķu sasniegšana.

Lai mērķtiecīgi iztērētu reklāmai paredzētos līdzekļus, jāpronozē reklāmas novērtējums un laikus jāparedz pasākumi efektivitātes paaugstināšanai.

Reklāmas efektivitātes novērtēšanā visbiežāk izmanto

- reklāmas pazišanas un iegaumēšanas tekstus;

- aptaujas par reklāmas pasākumiem;
- vārdisko asociāciju testus;
- aptaujas un testus par uzņēmuma tēlu;
- anketēšanu par reklāmas pasākumu kvalitāti un efektivitāti;
- tirdzniecības rezultātu aprēķinu un salīdzināšanu.

Preces ieviešanas posmā vislielākā nozīme ir informatīvajai reklāmai, preces augšanas posmā — pierunājošai reklāmai.

Preces brieduma un panikuma posmā — atgādinoša reklāma.

Personīgā (individuālā) pārdošana



Personīgā (individuālā) pārdošana ir tiešs kontakts starp pārdevēja pārstāvi un mērķa auditoriju

Personīgās pārdošanas uzdevums ir veidot labvēlīgu iespaidu par preci un mudināt potenciālo pircēju šo preci iegādāties.

Pārdevēja pārstāvjus sauc par tirdzniecības aģentiem, tirdzniecības konsultantiem, noieta inženieriem, pakalpojumu aģentiem, mārketinga aģentiem, komivojažieriem

Vislielākā nozīme ir komivojažieriem un tirdzniecības aģentiem.

Komivojažieris ir uzņēmuma pārstāvis, kurš piedāvā pircējam preces, izrādot paraugus vai dodot preču aprakstus.

Tirdzniecības aģents ir uzņēmuma pārstāvis, kurš tās vārdā veic vienu vai vairākas preces virzišanas funkcijas. Aģents ir starpnieks, kurš atrod pircēju pārdevējam (un otrādi), saņemot naudas summu par pakalpojumu.

Individuālās pārdošanas pamatposmi.

- Mērķa auditorijas izvēle — izvēlas potenciālus pircējus, ar kuriem vēlams nodibināt tiešu kontaktu, taču jāņem vērā mērķa auditorijas iespējas pieņemt lēmumu par pirkšanu un tās pirktspēju.
- Sagatavošanās kontaktam ar mērķa auditoriju — vispusīga informācijas vākšana par potenciālo pircēju, arī par atsevišķa pircēja lomu galīgā lēmuma pieņemšanā par pirkumu, par galvenajiem pirkšanas motīviem. Kad nepieciešamā informācija ir iegūta, jāformulē pamata pircēja uzruna un jāveido kontakts.
- Mērķa auditorijas labvēlības iekarošana — jāpanāk pircēja lēmums par pirkumu. Lai panāktu šāda lēmuma pieņemšanu, ir nepieciešams
 - izraisīt mērķa auditorijas uzmanību un interesi par piedāvājamo preci;
 - radīt pārliecību, ka preces iegāde nesīs noteiktu labumu vai izdevīgumu;
 - mudināt potenciālo pircēju veikt pirkumu.

Lai istenotu šo uzdevumu, komivojažierim vai tirdzniecības aģentam

- jārada vajadzīgais iespaids uz potenciālo pircēju (ārējais izskats, vizītkarte, prestižs automobilis u. tml.);
- nepieciešama profesionāla izturēšanās (laipnība, uzmanība, prasme vadīt sarunu).

Secinājums: katram tirdzniecības aģentam jāprot iekarot mērķa auditorijas labvēlība un nodibināt ar to kontaktu.

- Preces prezentācija — var izmantot divas pieejas.
 1. Raksturot piedāvājamo preci, uzsverot tās priekšrocības.
 2. Organizēt iepriekšēju aptauju, kurā noskaidro pircēju interesejošos raksturlielumus, un tikai tad prezentēt preci.

- Iespējamo šaubu un iebildumu pārvarēšana. Šaubas no potenciālo pircēju puses liecina par to, ka prece ir ieinteresējusi pircēju. Iebildumi un šaubas ir jāņem vērā
 - kontaktējoties ar citiem potenciālajiem pircējiem;
 - lai, informējot preces ražotāju, varētu precīzi pilnveidot.

Komivojažierim vai tirdzniecības aģentam ir jāuzklausā visas pircēju šaubas un iebildumi un, ja iespējams, tās jāizgaisina. Iebildumus un šaubas, kurus nevar tūlīt pamatoti atspēkot, jāmēģina vēlreiz apspriest ar potenciālo pircēju viņam pieņemamā veidā un laikā.

- Pārdošana — kad potenciālā pircēja šaubas un iebildumi ir atspēkoti, viņš jābudina uz pirkumu. Šajā noslēguma posmā var tieši piedāvāt iegādāties preci. Var arī klusējot nogaidīt, līdz savu lēmumu pieņems pircējs pats, apspriežot atsevišķas pirkuma detaļas tā, it kā lēmums jau būtu izdarīts.
- Kontakti ar pircēju pēc preces iegādes — ja pirkums ir noticis, jānodrošina laicīga preces piegāde un jānoskaidro, vai pircējs ir pilnībā apmierināts ar savu pirkumu. Ja ir kādas sūdzības, uz tām ātri un laipni jāreaģē. Ja to ievēro un uztur pastāvīgus kontaktus ar pircējiem, var cerēt uz atkārtotiem pirkumiem.

Noieta stimulēšana

Līdzās reklāmai un individuālai pārdošanai noieta stimulēšana ir viens no preces virzīšanas līdzekļiem.



*Noieta stimulēšana veic īslaicīgu iespaidu uz tirgu
un aicina veikt pirkumu*

Stimulēšanas uzdevums ir efektīvāk virzīt preci no ražotāja līdz pircējam.

Par stimulēšanas pasākumiem var uzskatīt preču izstādes, demonstrējot preču lietošanu, pastāvīgiem pircējiem piešķirot atlaižu kuponus, dāvanas, organizējot loterijas utt. Šādu pasākumu galvenā priekšrocība ir tā, ka ierosina pircēju pamēģināt. Trūkums — pircēji gaida izdevīgu pirkumu.

Preču izstādes veikalā bieži sauc par “izstādēm iepirkšanās vietā”. Izkārtnes veikala iekšienē un ārpusē, skatlogos izliktas mantas, pat īpaši plaukti uz letes palīdz piesaistīt pircēja uzmanību tām precēm, kuru noieta veicināšanu jūs esat paredzējuši. Pircējs tiek informēts, ka prece ir pieejama šajā vietā.

Tirdzniecības izstādes organizē tirdzniecības asociācija vai cita organizācija, kura precī reklamē, lai piesaistītu uzņēmuma — izstādes dalībniekus un iespējamus pircējus. Tirdzniecības izstāde ir iespēja iegūt pircējus, bez starpniekiem parunāt ar esošajiem un turpmākajiem klientiem, demonstrēt precī, izdalīt informatīvo materiālu un iepazīstināt ar savu precī lielu skaitu cilvēku.

Preču lietošanas demonstrējumi veikalā piesaista pircēju uzmanību, dod viņiem vajadzīgo informāciju un tā samazina risku, pērkot nepazīstamu precī.

Paraugu izdalīšana. Viens no veidiem, kā visātrāk panākt jaunās preces atzišanu, ir bezmaksas preču paraugs. Pārtikas produkta nogaršošana — degustācija spēj mazināt pircēja risku, izvēloties jaunu pārtikas produktu.

Atlaižu kuponi. Reizēm bezmaksas paraugam pievieno atlaides kuponu, lai rosinātu pircēju pirmo reizi nopirkt precī.

Pirkuma summas daļēja atmaksāšana. Daļēji naudas atmaksāšanu par pirkumu parasti sponsorē ražotājs. Šajā gadījumā jāaizsūta ražotājam naudas atmaksāšanas kupons, preces etiķete vai veikala čeks. Pēc to saņemšanas ražotājs nosūta pircējam apsoltu naudas summu. Šādu pasākumu izmanto precēm ar augstu cenu.

Daļa preču par brīvu. Piemēram, pērkot desmit kastes preču, vienu var saņemt par brīvu.

Dāvanas pasniegšana klientam. To dara pirkšanas brīdī vai arī vēlāk, piesūtot pa pastu, tāpat kā naudas atmaksāšanas gadījumā.

Sacensības (spēles). Kādas sacensības vai spēles organizēšana. Parādot prasmi un (vai) veiksmi, pircēji var saņemt balvas. Lai maksimāli pievērstu cilvēku uzmanību sacensībai un preces tirdzniecības markai, noteikts laiks tiek veltīts reklamēšanai.

Īpaši organizēti pasākumi. Uzņēmums organizē vai sponsorē kādu pasākumu, lai tā laikā piedāvātu savu produkciju. Lai kāds arī būtu pasākums, ko organizē preces noieta veicināšanai, vienmēr pircēji kaut ko saņem bez maksas. Visos gadījumos noieta veicināšanas pasākumu mērķis ir rosināt cilvēkus nopirkt jūsu preci.

Cenu atlaides un izpārdošanas. Atlaižu plānošana un izpārdošana ir viens no veikala tēla stūrakmeņiem. Izpārdošanas iemesli var būt dažādi.

- Sezonas beigas. Šis izpārdošanas rada nepieciešamība atbrīvot telpas jaunās sezonas precēm un iegūt līdzekļus šo preču iegādei.
- Sezonas sākums. Preču izpārdošanas veids, kura mērķis ir piesaistīt pircēju uzmanību preču sortimentam, kvalitātei, pieejamībai (cenām) sakarā ar jaunās sezonas sākumu. No pirmssezonas aktivitātēm lielā mērā ir atkarīgs konkurences savstarpējais reitings jeb stāvoklis līdzvērtīgu preču tirgū.
- Veikalu jubilejas. Tiem ir jābūt svētkiem gan pircējam, gan pārdevējam. Šo svētku uzdevums ir radīt pircējā lepnumu par piederību veikalam.
- Valsts un tautas svētki. Latvijā pagaidām nav izpārdošanas politisku svētku sakarā, bet ir par godu tautas tradicionāli svinamajām dienām — Ziemassvētkiem, Jāņiem, Lieldienām.

Atrast iemeslu izpārdošanai nav grūti, ja reiz ir radusies tāda nepieciešamība. Daudz sarežģītāk ir visu labi organizēt. Jābūt skaidram izpārdošanas mērķim un vēlamajam rezultātam. Cenu atlaides uzņēmējam ir dārgs prieks, tāpēc rūpīgi jāpārdomā izpārdošanas reklāmas politika.

► Morāle — izpārdošana ir kaut kas vairāk par cenu atlaidēm!

Klientu kartes. Tās dod tiesības iepirkties ar noteiktu atlaidi. Šis atlaižu veids ir efektīvs pārtikas veikalos, jo tieši to cilvēki pērk visvairāk, un karte var būt labs pamudinājums darīt to tikai vienā veikalā.

Propaganda — tēla veidošana

Īstenojot mārketinga pasākumu kompleksu, uzņēmums var izmantot arī propagandu, lai radītu labvēlīgu iespaidu par uzņēmumu un tā precēm.

Propagandas mērķis ir radīt labvēlīgu sabiedrisko viedokli. To var nodrošināt, ja uzņēmums uztur labas attiecības ar masu informācijas līdzekļiem, valsts varas un pārvaldes institūcijām, mērķa auditoriju.

► Propaganda var iedarboties spēcīgāk nekā reklāma, turklāt izmaksas ir mazākas

Zināmas izmaksas ir vajadzīgas tādiem propagandas pasākumiem kā kultūras un labdarības pasākumu sponsorēšana, prezentācijas u. c.

Svarīgi izveidot ciešas saites ar masu informācijas līdzekļiem, lai izplatītu uzņēmumam labvēlīgu informāciju par tā darbību un precēm.

Informācijai par uzņēmumu vai preci, kas sniegta ziņu veidā, sabiedrība parasti uzticas vairāk nekā reklāmai. Tāpēc šāda informēšana bieži vien dod labākus rezultātus nekā dārga reklāma. Taču pastāv viena problēma — uzņēmums nevar kontrolēt ziņu saturu. Turklāt uzņēmuma darbinieki nedrīkst izdarīt spiedienu uz masu informācijas līdzekļu darbiniekiem.

Uzņēmumi var praktizēt arī paziņojumus preseī — īsu, uzņēmuma sagatavotu informāciju par savu darbību, kas varētu interesēt sabiedrību.

Propaganda ne vienmēr ir pozitīva. Uzņēmuma darbība var dot pamatu arī negatīvai informācijai, piemēram, vides piesārņošana.



Propagandas priekšrocības	Propagandas trūkumi
<ul style="list-style-type: none"> • parasti uzņēmums neapmaksā propagandas izmaksas, bet var būt izdevumi, kas saistīti ar pasākumu organizēšanu • klienti informāciju par uzņēmumu saņem no neatkarīgiem avotiem, piemēram, laikrakstiem • informācija ziņu veidā liekas ticamāka nekā reklāma 	<ul style="list-style-type: none"> • parasti uzņēmumi nevar kontrolēt publicēto informāciju • informācija par neveiksmīgiem pasākumiem var sabojāt uzņēmuma tēlu • uzņēmumi faktiski nevar kontrolēt informācijas parādīšanās laiku

3.3. UZŅĒMĒJDARBĪBAS RISKĀ FAKTORI

Risks ir ikdienas faktors gan fiziskām personām, gan biznesam. Cilvēki cieš nelaimes gadījumos, dzīvokli var izcelties ugunsgrēks. Jebkura uzņēmējdarbība ietver zināmus iekšējos riska faktoros. Sastādot biznesa plānu, jāatklāj šie riska faktori, jāizanalizē to rašanās iemesli, varbūtība, laiks, paredzamie materiālie zaudējumi un citas sekas. Iespējami arī ārējie nelabvēlīgie faktori: dabas stihijas, uguns-

grēks, bezdarbs, inflācija, valūtas kursa maiņa, transporta sistēmas darbības pārtraukumi utt.



3.21. shēma. Riska samazināšana

Izvairīšanās no riska — piemēram, nerealizēt investīcijas ar augstu risku.

Riska samazināšana — strādnieku apmācība darba aizsardzībā, aizsargtērpu lietošana, bīstamo zonu apzīmēšana, apsardzes nodrošināšana, automātiskās ugunsdzēsības sistēmas ierīkošana.

Pašapdrošināšanās — apdrošināšanas fondu veidošana uzņēmumā.

Apdrošināšanas jēdzienam nav vienas noteiktas definīcijas. Izplatīts ir šāds vienkāršs formulējums: apdrošināšana ir mehānisms riska mazināšanai — dažu grupas locekļu ciestie zaudējumi tiek kompensēti ar visu grupas dalībnieku apdrošināšanas maksājumiem. Apdrošināšanas ekonomiskā būtība ir zaudējumu atlīdzināšana no centrālā fonda, ko veidojušas ieinteresētās personas ar iemaksu palīdzību. Latvijas Republikas likumā "Par apdrošināšanu" tā definēta kā "darbība, ko veic apdrošinātāji saskaņā ar noslēgto līgumu, lai, aizsargājot apdrošinātā intereses, izmaksātu apdrošināšanas atlīdzību par apdrošināšanas līgumā paredzēto gadījumu".

Apdrošināšanas objekts var būt

- fizisko vai juridisko personu īpašums;
- fizisko personu dzīvība un veselība;
- fizisko un juridisko personu mantiskās tiesības, intereses un saistības; fizisko un juridisko personu nemantiskās tiesības, intereses un saistības.

VADĪŠANA

4.1. VADĪŠANAS BŪTĪBA

4.1.1. Organizācija un vadītājs

Tēmā “Uzņēmējdarbības pamati” izskatījām uzņēmumu veidošanas tiesisko pusi. Noskaidrojām, ka, nodibinot uzņēmumu, nepieciešama drosme un uzņēmība. Taču, lai sasniegtu noteiktus mērķus, uzņēmums pareizi jāvada. Uzņēmuma vadīšanas jautājumu loks ir tik plašs, ka grūti tos ietvert vienā mācību grāmatas nodaļā. Uzņēmuma vadīšana mūsu dinamiskajā laikmetā ir sarežģīts darbs, ko nevar darīt veiksmīgi, balstoties tikai uz vienkāršām, iemācītām formulām.

► **Vadīšana ir domāšanas veids!**

Vadītājam ir jāiemācās saskaņot vispārējās patiesības ar situāciju maiņām.

Ja darbu veic viens cilvēks, viņš pats nosaka savu rīcību. Ja darbs tiek dalīts sīkāk vairākiem cilvēkiem, tad nepieciešams saskaņot viņu rīcību, t. i., veikt darbību, ko sauc par vadīšanu. Vadīšana kā īpašs darbības veids radās līdz ar cilvēku apvienošanos mērķtiecīgai rīcībai, sākoties un attīstoties darba dališanai.

Jebkurš no mums var nosaukt daudzus un atšķirīgus uzņēmumus:

ražošanas, tirdzniecības, pakalpojumu uzņēmumus. Taču visiem tiem ir kaut kas kopīgs — visi tie ir organizācijas. Tāpēc vispirms noskaidrosim, kas ir organizācija.



Organizācija ir cilvēku grupa, kuru darbība apzināti tiek koordinēta kopēja mērķa sasniegšanai

Sekmīgu organizācijas darbību var nodrošināt, ja tajā efektīvi darbojas pietiekams skaits vadītāju — ideju ģeneratoru, organizatoru un praktiķu.

Ir dažas noteiktas prasības, lai cilvēku grupu varētu uzskatīt par organizāciju.

- 1. Ir vismaz divi cilvēki, kas uzskata sevi par grupas daļu.
- 2. Ir vismaz viens mērķis, ko pieņem kā kopēju visi grupas locekļi.
- 3. Ir grupas locekļi, kuri apzināti strādā kopā, lai sasniegtu kopējo mērķi.

Ši ir formālas organizācijas definīcija, bet eksistē arī neformālas organizācijas, kuras veidojas spontāni. Neformālas organizācijas eksistē gandrīz visās formālajās organizācijās, varbūt izņemot ļoti mazas organizācijas.

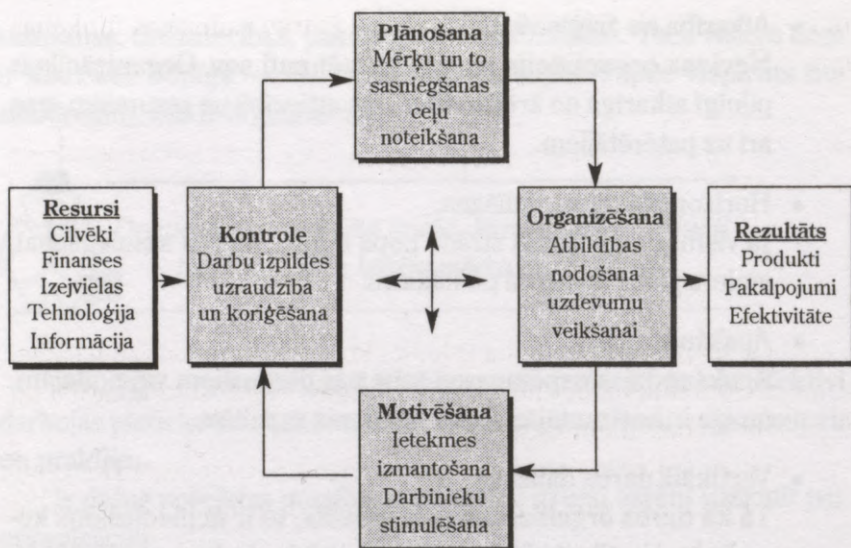
Visām organizācijām ir arī kopīgas raksturīgas iezīmes.

- Visas organizācijas, lai sasniegtu savus mērķus, pārveido resursus. Resursu pārveidošanas process vieglāk ir saskatāms ražojošos uzņēmumos. Taču pakalpojumu uzņēmumi tāpat izmanto dažādus resursus: kapitālu, materiālus, izejvielas, informāciju, cilvēku resursus.

- Atkarība no ārējās vides.
Neviena organizācija nevar eksistēt pati sev. Organizācija ir pilnīgi atkarīga no ārējās vides gan attiecībā uz resursiem, gan arī uz patērētājiem.
- Horizontālā darba dalīšana.
Ja vismaz divi cilvēki strādā kopā kopēja mērķa sasniegšanai, viņiem jāsadala darba pienākumi.
- Apakšnodaļas.
Apakšnodaļas uzņēmumos sauc par dienestiem vai nodaļām, un tās ir horizontālās darba dalīšanas rezultāts.
- Vertikālā darba dalīšana.
Tā kā darbs organizācijā tiek sadalīts, to ir nepieciešams koordinēt. Vertikālā darba dalīšana atdala darba koordinēšanu no paša darba. Citu cilvēku darba koordinēšanai arī ir vadīšanas būtība.
- Vadīšanas nepieciešamība.
Lai organizācija sasniegtu savus mērķus, darbu nepieciešams koordinēt ar vertikālās darba dalīšanas palīdzību.

*Vadīšana ir plānošanas, organizēšanas,
motivēšanas un kontroles process,
kas nepieciešams, lai formulētu un
sasniegtu organizācijas mērķus*





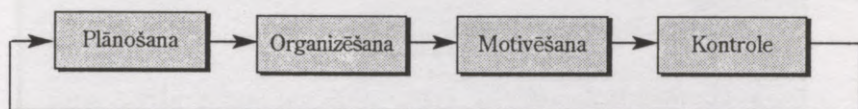
4.1. shēma. Vadišanas process

Lai labāk varētu izprast vadišanas būtību, nepieciešams analizēt pieejas uzņēmuma vadišanā, kā tās tiek aplūkotas vadišanas teorijā.

Procesuālā pieeja

Vadišana aplūkota kā process, tāpēc ka mērķu sasniegšana ar citu cilvēku palīdzību nav vienreizējs pasākums, bet gan nepārtrauktu, savstarpēji saistītu darbību kompleks. Katra darbība arī tiek aplūkota kā process, kas svarīgs uzņēmuma veiksmei. Šīs darbības sauc par vadišanas funkcijām. Vadišanas process ir šo funkciju kopums. Mūsdienu vadišanas literatūrā apraksta šādas funkcijas: plānošana, organizēšana, motivēšana, vadība, koordinēšana, lēmumu pieņemšana, personāla atlase, ligumu slēgšana. Katrā avotā šīs vadišanas funkciju saraksts nedaudz atšķiras. Viena no populārākajām pieejām ir šo darbību apvienojums plānošanas, organizēšanas, motivēšanas

un kontroles funkcijās (4.2. shēma). Šīs četras vadīšanas funkcijas apvieno tādi procesi kā komunikācijas un lēmumu pieņemšana.



4.2. shēma. Vadīšanas funkcijas

Taču šīs pieejas nepilnība ir tā, ka koncentrē uzmanību uz atsevišķiem elementiem, bet neaplūko vadīšanas efektivitāti atkarībā no daudziem un dažādiem faktoriem.

Sistēmas pieeja palīdz vadītājiem ieraudzīt uzņēmumu kā veselumu, kas sastāv no atsevišķām daļām un ir nesaraujami saistīts ar ārējo pasauli. Piemēram, mārketinga, ražošanas un finanšu nodaļas uzņēmumā ir savstarpēji saistītas apakšsistēmas. Vadītājiem jāzina, kādi ir uzņēmuma kā sistēmas mainīgie faktori, lai varētu uzņēmumu veiksmīgi vadīt.

Sistēmas teorijas praktisko lietojumu paplašina **situācijas pieeja** vadīšanā, kuras pamatā ir iekšējo un ārējo situācijas faktoru ietekme uz uzņēmumu. Izmantojot šo pieeju, vadītāji var konstatēt, kādi paņēmieni vislabāk palīdz sasniegt uzņēmuma mērķus konkrētā situācijā. Šī pieeja neaplūko vadīšanas funkcijas atsevišķi, bet gan uzsver vadīšanas funkciju savstarpējo saikni.

Sistēmas un situācijas pieeja nav priekšrakstu komplekss vadītājam, bet gan domāšanas veids par uzņēmuma problēmām, saglabājot procesuālo pieeju.

Kas ir vadītājs? Vai katrs var būt vadītājs? Uz šiem jautājumiem centisimies rast atbildi.

Dzīvē vairākkārt pierādījis, ka ne katrs spēj vadīt cilvēku grupu. Tam vajadzīgas noteiktas spējas, zināšanas un praktiskās darbības pieredze.

Vadītājam jāpiemīt

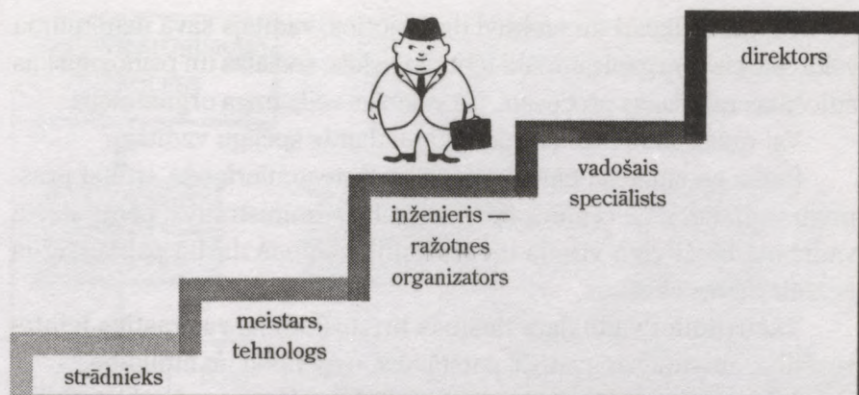
- organizatora spējām (tās nevar iegūt mācoties, tās var tikai attīstīt, praktiski darbojoties);
- kompetenta speciālista spējām (tās var apgūt mācoties un praktiski strādājot kā speciālistam savā nozarē);
- psihologa spējām (jāzina padoto psiholoģija, jāpēta viņu individuālās psiholoģiskās īpašības un īpatnības. Te vajadzīgas gan zināšanas, gan praktiskā darba pieredze)

Labs vadītājs ņem vērā situācijas maiņu un darbojas, prognozējot nākotni, nevis reaģējot uz iepriekš notikušo. Vadītāja sekmīgas darbības nosacījums ir viņa zināšanas. Nepieciešamas zināšanas ražošanas tehnoloģijā un organizācijā, praktiskajā ekonomikā un organizācijā, finansēs, grāmatvedībā, personāla vadīšanā un komercdarbībā, ražošanas un vadīšanas sistēmu un to struktūru veidošanā, koordinēšanā un attīstīšanā. Jāzina arī uzņēmējdarbības tiesiskie un sociālie aspekti, kā arī strādājošo grupu un indivīdu psiholoģija. Pasaules praksē ir vērojami ļoti atšķirīgi ceļi vadītāja izaugsmei.

Piemēram, Japānā vadītāja izaugsme (karjerā) svarīga ir pakāpenība:

strādnieks,
 meistar, tehnologs,
 inženieris — ražotnes organizators,
 vadošais speciālists,
 direktors.

Sekmīgu virzīšanos darbā sauc par karjeru. Sadzīvē bieži lieto vārdus "karjeras kāpnes", uzskatāmi tās attēlotas 4.3. shēmā.



4.3. shēma. Karjeras kāpnes

Turpreti ASV vadīšana tiek vērtēta kā profesija un cilvēki tai tiek gatavoti biznesa skolās, koledžās vai universitātēs.

Pieredze rāda, ka sevišķi spējīgi vadītāji prot pārliecināt padotos darīt to, ko no viņiem prasa. Taču ne visi vadītāji ir vienlīdz labi apveltīti ar organizatora spējām. Pastāv vispārpieņemtas prasības vadītājam:

- atbildības sajūta;
- pārliecība;
- taisnīgums;
- godīgums;
- izglītība;
- apņēmība

No prasībām izriet arī vajadzīgās iemaņas, dažas no tām ir iedzimtas, dažas var iegūt.

Vadītāja rīcībā ir četri svarīgi resursi:

- cilvēki;
- iekārtas;
- nauda;
- laiks.

Laiks nav atgūstams! Tāpēc viens no svarīgākajiem uzdevumiem — panākt efektīvu savu un padoto darba laika izmantošanu.

Tā, mērķtiecīgi un efektīvi darbojoties, vadītājs savā uzņēmumā veido pareizas organizatoriski tehnoloģiskās, sociālās un psiholoģiskās attiecības ražošanas procesam. Tā veidojas veiksmīga organizācija.

Vai mūsu sabiedrībā ir pietiekami daudz spējīgu vadītāju?

Patlaban situācija tautsaimniecībā ir neapmierinoša, trūkst prasmīgu vadītāju, labu organizatoru. Agrākā administratīvā, centralizētā vadišana bieži vien virzīja un iesaistīja vadības darbā paklausīgus beziniciatīvas cilvēkus.

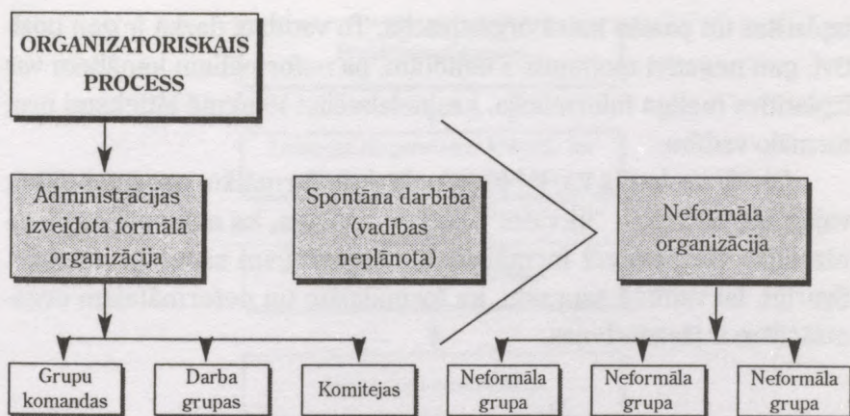
Taču, dodot vadītājam tiesības brīvi rīkoties, var rasties ieinteresētība, attīstīties iniciatīva, patstāvība, uzņēmība un atbildība.

Jebkura formālā organizācija tiek izveidota ar administrācijas rīkojumu. Izveidojusies formālā organizācija kļūst par sociālu vidi, kur cilvēku savstarpējā sadarbība nebūt neveidojas tikai pēc vadības priekšrakstiem.

Vienas organizācijas cilvēki daudzos aspektos ir atkarīgi cits no cita. Viņi ir spiesti pavadīt daudz laika kolēģu sabiedrībā, savstarpēji kontaktējoties sapulču laikā, pēc pusdienām un darba. No viņu savstarpējām attiecībām veidojas daudzas draudzīgas, neformālas grupas, kas kopā veido neformālas organizācijas.

Neformāla organizācija veidojas spontāni kādu noteiktu mērķu sasniegšanai.

Lielā organizācijā var izveidoties vairākas neformālas organizācijas. Neformālai organizācijai ir daudz kopīga ar formālu organizāciju. Atsevišķos gadījumos tās organizētas līdzīgi formālām organizācijām — ir sava hierarhija, līderi un uzdevumi. Atšķirīgs ir tas, ka formāla organizācija izveidojas pēc iepriekš pārdomāta plāna, turpretī neformāla — kā spontāna reakcija uz neapmierinātām individuālām vajadzībām. 4.4. shēmā redzama atšķirība formālo un neformālo organizāciju veidošanās mehānismā.



4.4. shēma. Formālo un neformālo organizāciju veidošanās process

Neformālām organizācijām, tāpat kā formālām, ir savi līderi. Būtiska atšķirība ir tā, ka oficiālajam līderim ir oficiālo institūciju atbalsts, viņš vadās pēc oficiālām pilnvarām, bet neoficiālais līderis gūst savas grupas atbalstu un atzinību. Bieži neformālā līdera ietekmes sfēra sniedzas ārpus formālās organizācijas ietvariem. Neformālais līderis kā formālās organizācijas darbinieks bieži ieņem salīdzinoši zemu pakāpi organizācijas hierarhijā.

Būtiski faktori, lai kļūtu par neformālu līderi, ir vecums, ieņemamais amats, profesionālā kompetence, darbavietas izvietojums, atsaucība.

Piemēram, dažās neformālās organizācijās par līderi var būt atzīts gados vecākais, citās pretēji — gados jaunākais.

Neformālam līderim ir divas funkcijas:

- palīdzēt grupai sasniegt mērķus;
- atbalstīt un nostiprināt grupas pastāvēšanu.

Dažkārt šīs funkcijas pilda dažādi cilvēki, tad rodas divi līderi. Svarīgi ir saprast, ka neformālas organizācijas rodas dabiski, ir diezgan

izplatītas un pastāv katrā organizācijā. To vadības darbā ir gan pozitīvi, gan negatīvi momenti. Piemēram, pa neformāliem kanāliem var izplatīties melīga informācija, kas nelabvēlīgi ietekmē attieksmi pret formālo vadību.

Agrāk uzskatīja ka, lai tiktu galā ar neformālām organizācijām, vajag tās vienkārši "likvidēt". Šodien uzskata, ka neformālas organizācijas var palīdzēt formālajām organizācijām sasniegt mērķus. Svarīgi, lai vadītāji saprastu, ka formālajām un neformālajām organizācijām ir jāsadarbojas.

4.1.2. Lēmumu pieņemšana

Vadītājam ir jāveic šādas funkcijas:

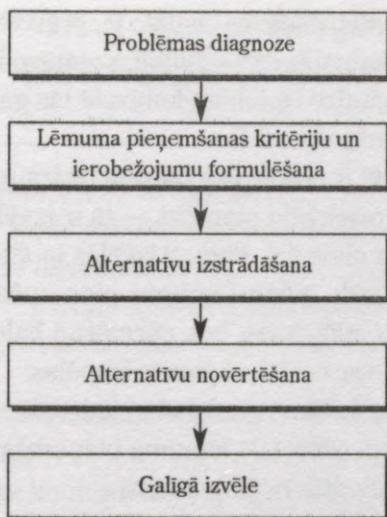
- plānošana;
- organizēšana;
- motivēšana;
- kontrole

Lai sekmīgi veiktu visas šīs funkcijas, ir jāpieņem dažādi lēmumi, tāpēc nepieciešama informācijas apmaiņa (komunikācija).

Lēmumu pieņemšana ir balstīta uz situācijas analīzi, attīstības plānošanu un pieņemto lēmumu izpildes nodrošināšanu, izmantojot uzņēmuma darbaspēku un līdzekļus saskaņā ar izvirzītajiem mērķiem.



Lēmums ir alternatīvas izvēle



4.5. shēma. Lēmumu pieņemšanas posmi

Kā redzams 4.5. shēmā, lēmumu pieņemšanas process aptver daudzus posmus: problēmas diagnozi, informācijas vākšanu, alternatīvo variantu izstrādāšanu, novērtēšanu un izvēli.

Lēmums ir vadīšanas procesa koncentrēta izpausme, ko realizē vadītājs, mērķtiecīgi iedarbojoties uz darba kolektīvu, struktūrvienībām vai atsevišķiem padotajiem, lai sasniegtu organizācijas darbības mērķi.

Izšķir

1. Programmētos lēmumus, ko nosaka likumi, procedūras vai paradumi un lieto, ja problēma atkārtojas un to var atrisināt jau iepriekš zināmā kārtībā. Piemēram, darba algas noteikšana, izmaksu aprēķināšana, dežūru saraksta sastādīšana
2. Noprogrammētos lēmumus, kas prasa specifisku risinājumu, radošu darbu un oriģinālu pieeju

Izstrādājot lēmumu, vispirms pamato un precizē vadišanas mērķi, pēc tam nosaka kritērijus, izpēta stāvokli, sagatavo lēmuma projektu, pieņem lēmumu, organizē izpildi un kontrolē tās gaitu.

Lēmumu pieņemšanas veidi.

- Intuitīvais — tā ir izvēle, kas balstīta uz izjūtu, kā darīt pareizi;
- Balstīts uz iepriekšēju pieredzi — tā ir izvēle, kas balstīta uz zināšanām un pieredzi. Parasti izvēlas to alternatīvu, kas bija veiksmīga agrāk. Šādu lēmumu pieņemšanu var izmantot situācijās, kas atkārtojas, bet, pārmērīgi balstoties uz iepriekšējo pieredzi, var neredzēt jaunas iespējas.
- Racionālais uzskatāms par labāko, jo balstīts uz situācijas analīzi. 4.5. shēmā attēlotais lēmumu pieņemšanas process attiecas tieši uz racionāliem lēmumiem.

Lēmumu pieņemšanu ietekmē dažādi faktori:

- vadītāja personiskās īpašības;
- lēmumu pieņemšanas vide vai cik lielā mērā var prognozēt rezultātus;
- informācijas pieejamība;
- psiholoģiskie faktori un personības īpatnības

Lēmumus var pieņemt individuāli vai grupā. Lēmumu pieņemšanai grupā ir zināmas priekšrocības: vairāk zināšanu un informācijas, kā arī dažādiem cilvēkiem parasti ir atšķirīgs skatījums uz vienu un to pašu problēmu. Taču šāda lēmumu pieņemšanas metode ir ilgstošs un darbietilpīgs process, kas jāmaksā pareizi organizēt. Lēmumu pieņemšanas metodes izvēle ir atkarīga no situācijas.

4.1.3. Komunikācija (informācijas apmaiņa)

*Komunikācija ir informācijas apmaiņa,
uz kuras pamata vadītājs var pieņemt
efektīvus lēmumus, kā arī pieņemtos lēmumus
paziņot saviem darbiniekiem*



Izšķir šādus komunikāciju veidus:

- starppersonu;
- organizācijas komunikācija ar apkārtējo vidi;
- organizācijas iekšējā komunikācija.

Starppersonu komunikācija. Vadītājs 50–90% sava laika tērē sarunām, t. i., starppersonu informācijas apmaiņai. Te ir jāsastopas ar vairākām būtiskām problēmām. Cilvēki reaģē nevis uz to, kas patiesībā notiek, bet uz to, ko viņi uztver kā notiekošo. Cilvēki var interpretēt vienu un to pašu informāciju dažādi atkarībā no uzkrātās pieredzes. Tas nozīmē, ka daudzos gadījumos cilvēki uztver tikai daļu informācijas. Informācija, kas nonāk pretrunā ar mūsu pieredzi un agrāk apgūtiem jēdzieniem, vai nu vispār netiek pieņemta, vai arī izkropļota saskaņā ar šo pieredzi un jēdzieniem. Pētījumi rāda, ka cilvēkiem piemīt tendence uztvert savas organizācijas problēmas no sava viedokļa un darba pienākumiem. Ļoti svarīgi, cik atklāti un godīgi vadītāji ir informācijas apmaiņā ar padotajiem.

Komunikācijas mērķis ir nodrošināt informācijas sapratni. Stājoties informatīvā apmaiņā un izmantojot simbolus, mēs cenšamies apmainīties ar informāciju un panākt tās izpratni. Par simboliem kalpo žesti, intonācijas. Vienu un to pašu vārdu cilvēki var uztvert dažādi, tas nozīmē, ka nosūtītā informācija ne vienmēr tiks atbilstoši saprasta un interpretēta.

Simbolu nozīme izpaužas caur pieredzi un atkarībā no konteksta. Katram cilvēkam ir sava pieredze, un, tā kā katra informācijas apmaiņa ir jauna situācija, neviens nevar būt pārliecināts, ka kāds cits mūsu simbolu saprātis tāpat kā mēs.

Piemēram, sakot: *"Izdariet to, kad jums radīsies iespēja"*, padotais var nesaprast, ko jūs gribat: *"pēc iespējas ātrāk"* vai *"kad būs laiks"*.

Ja jūs teiksiet padotajam: *"Uzmeklējiet mani, ja radīsies problēmas"*, nevar zināt, vai padotais saprātis, ko tieši jūs domājat ar vārdu *"problēmas"*.

Komunikācijas problēmas it īpaši var rasties daudznacionālā vidē. Komunikācijā liela nozīme ir arī žestiem, stājai, pozai, acīm, brīlēm, runas intonācijai.

Starppersonu informācijas apmaiņā ierobežojošs faktors var būt atgriezeniskās saites trūkums. Tā ir ļoti būtiska, jo ļauj konstatēt, vai klausītājs patiešām ir piešķīris ziņojumam to pašu nozīmi, ko jūs.

▶ **Ļoti svarīga ir prasme klausīties**

Efektivas klausīšanās noteikumi

- ▶
1. Pārstāji runāt.
 2. Palīdziet runātājam justies brīvi.
 3. Parādiet runātājam, ka jūs klausāties.
 4. Novērsiet traucējošus momentus.
 5. "Dzīvojiet līdzī" runātājam.
 6. Esiet pacietīgs.
 7. Apvaldiet savu raksturu.
 8. Nepieļaujiet strīdus un kritiku.
 9. Uzdodiet jautājumus.

Informācijas apmaiņas procesā centieties izvairīties no pārprotamiem apgalvojumiem. Lietojot precīzus vārdus, jūs tikai iegūsit.

Bieži var palīdzēt empātija — uzmanība pret citu cilvēku jūtām, gatavība "iejusties svešā ādā".

Komunikācijas starp organizāciju un ārējo vidi

Organizācijas izmanto dažādus līdzekļus komunikācijās ar apkārtējo vidi. Komunikācijas ar patērētājiem norit ar reklāmas un citu preču popularizēšanas veidu palīdzību. Sakaros ar sabiedrību ļoti būtiska ir noteikta organizācijas tēla veidošana. Organizācijām nākas pakļauties valsts regulācijai un līdz ar to aizpildīt veselu rindu atskaišu, dokumentu. Izmantojot lobistus (lobists — interešu aizstāvis un virzītājs oficiālajās valsts institūcijās) un izdarot iemaksas dažādu politisku grupu labā, organizācijas cenšas ietekmēt nākamos likumus. Tur, kur ir arodbiedrība, jāuztur komunikācija ar tās oficiālajiem pārstāvjiem.

Organizācijas iekšējās komunikācijas

Organizācijas informācija pārvietojas no līmeņa uz līmeni. Tā var tikt nodota lejupejošā virzienā — no augstākā līmeņa uz zemāku. Piemēram, rīkojumi un norādījumi. Organizācijā nepieciešama arī augšupejoša informācija, tā var būtiski ietekmēt darba ražīgumu; vadība var uzzināt par esošajām problēmām, piemēram, ziņojumi, atskaites, paskaidrojumi. Organizācijām nepieciešamas komunikācijas arī horizontālā virzienā — starp nodaļām. Organizācijā parasti ir daudz apakšnodaļu, un informācijas apmaiņa starp tām palīdz koordinēt uzdevumus un rīcību. Būtiskākā komunikācija ir starp vadītāju un padotajiem.

Katrā organizācijā ir arī neformālās komunikācijas, ko var nosaukt

par baumu izplatīšanas kanāliem. Baumu līmenī informācija virzās daudz ātrāk nekā oficiālā informācija. Mēdz uzskatīt, ka baumas satur neprecīzu informāciju, taču pētījumi rāda, ka neformālā informācija, ko satur baumas, vairākumā gadījumu ir patiesa.

Parasti informācija, ko satur baumu izplatīšanas kanāls, ir

- 1) darbavietu samazināšana;
- 2) jauni sodi par kavējumiem;
- 3) izmaiņas organizācijas struktūrā;
- 4) iespējamie paaugstinājumi un pazeminājumi darbā;
- 5) divu vadītāju strīda siks izklāsts;
- 6) kas ar ko tiekas pēc darba.

Informācijas apmaiņas procesi un problēmas



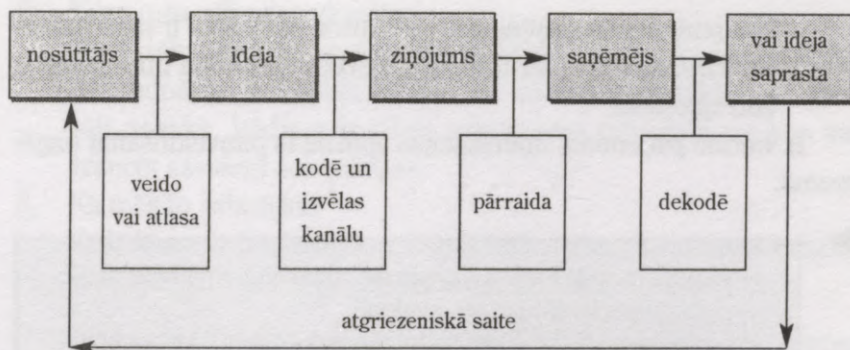
Galvenais komunikācijas procesa mērķis —
panākt informācijas sapratni

Informācijas apmaiņā ir četri bāzes elementi:

- 1) nosūtītājs — cilvēks, kurš ģenerē idejas vai vāc informāciju un to pārraida;
- 2) ziņojums, kas nodots ar simbolu palīdzību;
- 3) kanāls — informācijas pārraides līdzeklis;
- 4) saņēmējs — cilvēks, kuram domāta informācija un kurš to interpretē.

Informācijas apmaiņas process norit četros posmos:

- 1) idejas rašanās;
- 2) kodēšana un kanāla izvēle;
- 3) pārraide;
- 4) dekodēšana.



4.6. shēma. Informācijas apmaiņas modelis

Daudzi mēģinājumi apmainīties ar informāciju beidzas jau pirmajā posmā.

Pirms pārraidīt informāciju, tā ir jākodē. Tas pārvērš ideju par ziņojumu. Tālāk ir jāizvēlas pārraides kanāls — mutvārdos, rakstiski, ar elektroniskiem sakaru līdzekļiem, elektronisko pastu, videolentēm.

Trešais posms — fiziska ziņojuma pārraide. Tieši šo posmu daudzi kļūdaini uzskata par visu komunikācijas procesu.

Dekodēšana — nosūtītāja simbolu atšifrēšana.

Darbojoties atgriezeniskajai saitei, nosūtītājs un informācijas saņēmējs mainās lomām.

Atgriezeniskā saite būtiski ietekmē informācijas apmaiņas efektivitāti, ļauj abām pusēm izvairīties no trokšņa. Par troksni sauc visu, kas izkropļo ziņojuma jēgu. Efektīva informācijas apmaiņa uzņēmumā veicina vadīšanas procesa efektivitāti. Tāpēc vadītājam ir jāapzinās, kādi var būt informācijas apmaiņas šķēršļi.

- Informācijas izkropļošana gan neapzināti, kas saistīts ar starppersonu komunikācijas problēmām, gan apzināti. Turklāt var rasties tendence augstākā līmeņa vadītājiem pasniegt tikai pozitīvo informāciju.
- Informatīvā pārslogde. Vadītājs var būt pārslogots ar informāciju un līdz ar to nespēj efektīvi reaģēt uz visu informāciju.

- Neapmierinoša uzņēmuma struktūra. Jo lielāks ir uzņēmums un sarežģītāka tā struktūra, jo lielāka varbūtība informācijas izkropļošanai.

Ir vairāki paņēmieni informācijas apmaiņas pilnveidošanai uzņēmumā:



- vadītājam ir jāiemācās novērtēt savas informatīvās nepieciešamības kvantitāti un kvalitāti;
- periodiskas tikšanās ar padotajiem problēmu apspriešanai;
- atgriezeniskās saites nodrošināšana;
- ierosinājumu vākšanas sistēmas izveide;
- mūsdienīgas informatīvās tehnoloģijas izmantošana

4.2. VADĪŠANAS FUNKCIJAS

4.2.1. Plānošana

Vadīšanas process sastāv no četrām savstarpēji saistītām funkcijām — plānošanas, organizēšanas, motivēšanas un kontroles.

Plānošana ir uzņēmuma mērķu un to sasniegšanai nepieciešamo lēmumu izvēles process



Plānošanas uzdevums ir atbildēt uz trim pamatjautājumiem.

1. Kur mēs pašlaik atrodamies?

Vadītājam ir jānovērtē uzņēmuma stiprās un vājās puses tādās jomās kā finanses, mārketingas, ražošana, darba resursi. Tas ir nepieciešams, lai noteiktu, ko uzņēmums var sasniegt.

2. Kurp mēs vēlamies virzīties?

Novērtējot iespējas un draudus ārējā vidē, kā konkurenti, klienti, likumdošana, politiskie faktori, ekonomiskie apstākļi u. c., vadītāji nosaka, kādiem ir jābūt uzņēmuma mērķiem un kas var traucēt sasniegt šos mērķus.

3. Kā mēs to izdarīsim?

Vadītājiem ir jāizlemj, kas konkrēti ir jādara uzņēmuma darbiniekiem, lai sasniegtu uzņēmuma mērķus.

Nedaudz šim jautājumam jau pieskāramies, runājot par biznesa plānu. Tagad aplūkosim plānošanas procesu sīkāk.

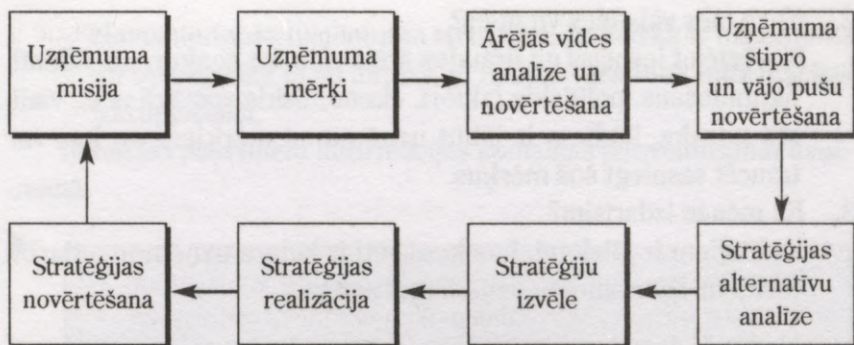
Plānošana parasti iedalāma divos tipos.

1. Stratēģiskā plānošana. To uzskata par plāna augstāko pakāpi. Piemēram, automobiļu kompānijai stratēģiskais plāns būs jaunu ražošanas jaudu ieviešana. Biznesa plāns pēc būtības ir stratēģiskais plāns.

Stratēģiskā plānošana paredz nopietnu tirgus, konkurentu, resursu analīzi, kas nepieciešami kompānijas tirgus daļas palielināšanai.

2. Taktiskā plānošana seko stratēģijai. To uzskata par plānošanas kopējā procesa otro posmu. Taktika nozīmē radīt plānu, kā īstenot stratēģiju.

Stratēģiskā plānošana parasti aptver ilgāku laika posmu (5–10 gadus). Tā nosaka firmas attīstības virzienus. Plānošanai jābūt orientētai uz tirgu. Nekad nav iespējams pilnīgi precīzi noteikt, kas notiks, kamēr jūsu produkts nonāks tirgū. Nevienam nevar būt drošs, ka viņa rīcībā esošā informācija ir absolūti patiesa. Tāpēc vadītāja rīcība vienmēr būs saistīta ar risku. Vadītājam jāiemācās plānošanas procesā iegūt iespējami plašāku un vispusīgāku informāciju, lai pieņemtu labākos lēmumus. Prasme atrast, izdalīt un izprast galveno samazina risku, uzlabo lēmumus, paaugstina plāna praktisko nozīmi.



4.7. shēma. Stratēģiskās plānošanas process

Uzņēmuma stratēģijas izveidošana sākas ar tā misijas formulēšanu.



Uzņēmuma misija ir tā darbības iemesla vai nolūka definējums

Pamatojoties uz misiju, uzņēmums var koncentrēt savu darbību konkrētā virzienā.

Misija ietver

- 1) galvenos produktus vai pakalpojumus, galvenos tirgus, izmantojot uz patērētājiem orientētu peļņu;
- 2) uzņēmuma un ārējās vides attiecības;
- 3) uzņēmuma kultūru

Piemēram, gaļas pārstrādes uzņēmuma misija var būt: "Ražot un pārdot dabiskus un veselīgus produktus, būt godīgiem un radīt cil-

vēkiem darbavietas". Mērķus nosaka, balstoties uz misiju, bet tie ir konkrētāki par misiju.

*Mērķi nosaka, kas ir jāsasniedz,
līdz kuram laikam, un tiem ir jābūt izmērāmiem*

Mērķus izvirza šādās jomās:

- rentabilitāte;
- efektivitāte (zemas izmaksas);
- tirgus daļas;
- uzņēmuma tēls;
- rūpes par darbiniekiem (algas, darba drošība);
- rūpes par sabiedrību (vides aizsardzība; nodokļu maksāšana)

Mērķiem jābūt

- konkrētiem;
- izmērāmiem;
- reāliem;
- noteiktiem laikā

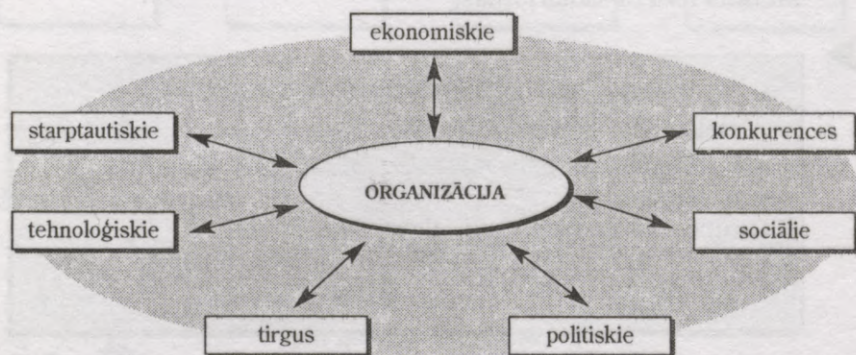
Ārējās vides novērtējums

Nākamais solis plānošanā ir ārējās vides pētīšana. To novērtē pēc trim parametriem.

1. Izmaiņas, kas iedarbojas uz pašreizējās stratēģijas dažādiem aspektiem.

2. Faktori, kas rada draudus esošajai stratēģijai.
3. Faktori, kas sniegs vairāk iespēju firmas mērķu sasniegšanā, veicot korekcijas plānošanā.

Ārējās vides analīze nozīmē to faktoru kontroli, kas var noteikt firmas iespējas un draudus tai. Iespējas un draudus var iedalīt septiņās jomās: ekonomika, politika, tirgus, tehnoloģija, konkurence, starptautiskais stāvoklis un sociālā uzvedība.



4.8. shēma. Ārējās vides faktori

Analizējot apkārtējo vidi, var sastādīt iespēju un draudu sarakstu un noteikt, cik lielā mērā katrs faktors ietekmē uzņēmumu.

Organizācijas iekšējo iespēju novērtēšana

Nākamā problēma, ar ko saskaras vadība, ir noteikt, vai firmai ir pietiekamas iekšējās rezerves, lai spētu izmantot ārējās vides faktoros. Jānoskaidro iekšējās vājās puses, kas var sarežģīt problēmas, saistītas ar ārējiem draudiem.

Lai vienkāršotu analīzi, ieteicams aplūkot piecas funkcijas: mārketingu, finanses, ražošanu, cilvēku resursus, kā arī uzņēmuma kultūru un tēlu.

1. Mārketiņgā apskata
 - tirgus daļu un konkurētspēju;
 - preču sortimenta daudzveidību un kvalitāti;
 - tirgus demogrāfisko situāciju;
 - tirgus pētījumus;
 - pirmspārdošanas un pēcpārdošanas klientu apkalpošanu;
 - preces noieta efektivitāti, reklāmu, preces virzišanu;
 - peļņu.
2. Finanšes (grāmatvedības uzskaitē) var palīdzēt noskaidrot esošās un potenciālās organizācijas vājās vietas, kā arī stāvokli salīdzinājumā ar konkurentiem.
3. Ražošanai jāatbild uz jautājumiem par iespējām pazemināt cenu, jaunu materiālu izmantošanu, mūsdienīgām iekārtām, kādām cenu svārstībām ir pakļauta jūsu produkcija, iespējām iekarot jaunu tirgus daļu, kādas ir produkcijas kontroles sistēmas.
4. Cilvēku resursi. Vairākums organizācijas problēmu atklājas cilvēkos, jo tieši cilvēki īsteno uzņēmuma mērķus. Ieteicams apskatīt šādus jautājumus.
 - Kā jūs raksturotu to darbinieku tipu, kas pašlaik darbojas uzņēmumā?
 - Kāda ir augstākās vadības sagatavotība un kompetence?
 - Vai ir efektīva un konkurētspējīga atalgošanas sistēma?
 - Vai ir izplānota vadošo amatu pēctecība?
 - Vai efektīvi izmanto vadošo darbinieku sagatavošanu un kvalifikācijas celšanu?
 - Vai ir vadošo kadru mainība? Ja ir, tad kāpēc?
 - Kad pēdējo reizi ir veikta rūpīga personāla vērtēšanas sistēmas analīze?
 - Vai var uzlabot izstrādājumu kvalitāti un personāla darbu, darbiniekiem piedaloties pārvaldē?

Ja organizācijai ir kvalificēti darbinieki un vadītāji ar skaidri motivētiem mērķiem, tā spēj sekot dažādām alternatīvām stratēģijām.

5. Organizācijas veiksmīgā darbībā būtiska nozīme ir uzņēmuma kultūrai un tēlam (imidžam). Atmosfēru vai klimatu organizācijā sauc par uzņēmuma kultūru. Tā parāda, kādi tikumi, attiecības, paražas valda kolektīvā. Uzņēmuma tēls un kultūra ir saistīta ar firmas reputāciju.

Kad uzņēmuma vadība ir novērtējusi uzņēmuma vājās vai stiprās puses saistībā ar apkārtējo vidi, var noteikt uzņēmuma stratēģiju, kurai tā sekos.

Kā jau minējām, runājot par biznesa plānu, stratēģisko alternatīvu izstrādi lietderīgi ir veikt, izmantojot SVID analīzi. Taču nedrīkst aizmirst, ka uzņēmumu ietekmējošie faktori mainās.

Ļoti svarīgi ir izplānot konkrētu stratēģiju, bet ne mazāk svarīgi ir realizēt pasākumus stratēģijas ieviešanai un efektīvi izmantot to.

Sekmīgas stratēģijas lietošanai jāievēro:

- stratēģijai jābūt noformētai rakstiski, tai jābūt saprotamai izpildītājiem un padotājiem;
- darbības plāniem (taktikai) ir jābūt saskaņotai ar stratēģiju;
- stratēģija ir jāpārskata, jo apstākļi mainās

4.2.2. Organizēšana

Lai plānus realizētu, katram organizācijas darbiniekam jāpilda konkrēti uzdevumi atbilstoši uzņēmuma mērķiem.



Organizēšana ir uzņēmuma struktūras veidošanas process, kas ļauj cilvēkiem efektīvi strādāt kopīgu mērķu sasniegšanai

Darbu vai darbības organizēšana ir vadīšanas funkcija, kas jāīsteno jebkuram vadītājam. Vienkāršoti varētu teikt, ka organizēt nozīmē nodrošināt vēlāmā norisi ar nepieciešamajiem resursiem vajadzīgajā laikā un vietā.

Organizēšanas procesam ir divi aspekti.

1. Uzņēmuma sadalīšana noteiktās nodaļās atbilstoši mērķiem un stratēģijai.

2. Pilnvaru deleģēšana un to mijiedarbība.

Deleģēšana nozīmē uzdevumu un pilnvaru nodošanu personai, kas uzņemas atbildību par to izpildi



Ja uzņēmums ir neliels, tad parasti visa uzņēmuma darbības organizēšana ir vienkārša. Arī pārvaldīšanas darba organizēšanā nav problēmu, jo vairākumā gadījumu vadīšanas darbā ir iesaistīti daži darbinieki, viņu pienākumu un atbildības sadalījums nav sarežģīts.

Tomēr mūsdienu uzņēmums biežāk ir komplicēta sistēma ar atbilstošu pārvaldīšanas struktūru.

Tāpēc konkrēti organizēšanas darba uzdevumi ir nosakāmi atkarībā no uzņēmuma darbības stratēģijas. Tie būs atšķirīgi katrā īpašajā gadījumā.

No uzņēmuma mērķiem izriet *pārvaldes struktūras veidošana*. Pārvaldes struktūra ir nepieciešama, lai uzņēmumā īstenotu vadīšanas darba dalīšanu.

Tā nosaka

- vadīšanas līmeņus, dienestus un amatus;
- dienestu savstarpējās attiecības;
- katra dienesta tiesības, pienākumus un atbildību.

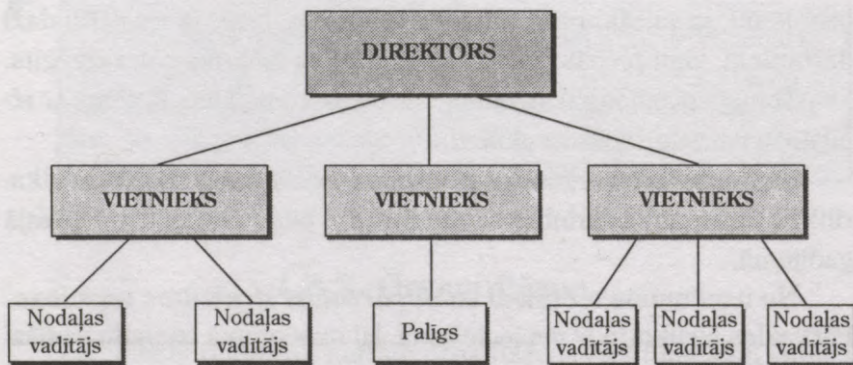
Šo informāciju atspoguļo uzņēmuma statūtos, nolikumos par struktūrvienībām, dienesta instrukcijās.

Praksē ir daudz atšķirīgu pārvaldes struktūru (uzņēmuma struktūru). Apskatīsim dažas tipiskākās: lineāro, funkcionālo un jaukto struktūru.

Gan lineārā, gan funkcionālā struktūra nosaukumu ir ieguvusi no vadības sakaru (jeb saišu) nosaukuma.

Lineārā saite starp vadītāju un padoto nozīmē, ka pilnvaras tiek tieši nodotas no vadītāja padotajam. Savukārt funkcionālā nozīmē, ka vadītājs ir noteicējs kādā **vienā** jautājumā un padotajam var būt **vairāki** funkcionālie vadītāji

Lineārajā vadišanas struktūrā ir tikai lineārās saites. Shematiski to varētu attēlot šādi:



4.9. shēma. Lineārā vadišanas struktūra

Shēmā redzams, ka jebkurai vadības dienestam vai izpildītājam ir tikai viena saite uz augstāku līmeni, bet var būt vairākas saites uz zemāku līmeni.

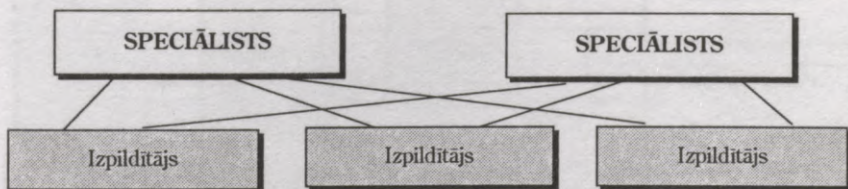
Tā kā lineārajā vadišanas struktūrā jebkura saite nozīmē visus

risināmos jautājumus, tad šāda sistēma ir lietderīgāka augstākos vadības līmeņos, kur nepieciešama lielāka centralizācija.

Priekšrocības	Trūkumi
<ul style="list-style-type: none"> • pārskatāma darbība; • stingras kontroles iespēja; • izslēgtas pretrunīgu lēmumu iespējas. 	<ul style="list-style-type: none"> • nelietderīgi izmantot daudzliemeņu struktūrās (veidojas gara vadības ķēde); • var nebūt tik augsts kompetences līmenis kā cita veida struktūrās (vadītājam jāpārzina daudzi jautājumi vienlaikus).

Šā iemesla dēļ lineārās struktūras bieži papildina ar palīgdiestiem, kam nav lemējtiesību, bet tie var būt padomdevēji lineārajiem vadītājiem, piemēram, var apkopot un apstrādāt informāciju, sagatavot lēmumu projektus.

Shematiski tas attēlots šādi:



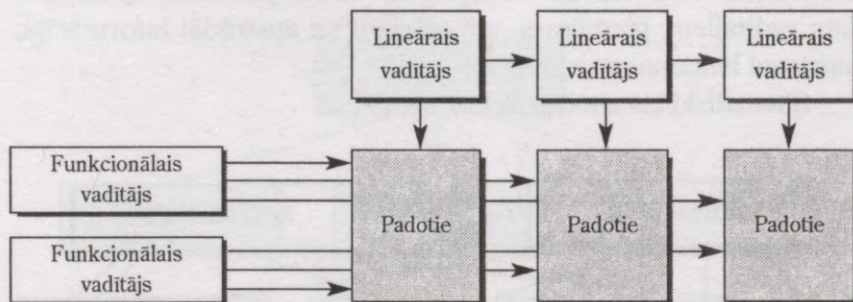
4.10. shēma. Funkcionālā vadišanas struktūra

Shēmā parādīts, ka katram vadītājam var būt vairāki padotie un katram padotajam vairāki vadītāji — katrs savos jautājumos.

Priekšrocības	Trūkumi
<ul style="list-style-type: none"> • samērā vienkāršs vadišanas process (parasti skar tikai dažus līmeņus); • mobilas, elastīgas vadišanas iespēja; • salīdzinoši augsta vadītāju kompetence (katram tikai savā specialitātē) 	<ul style="list-style-type: none"> • slikti pārskatāma darbība; • grūtības īstenot vienotu uzņēmuma darbības stratēģiju; • pretrunīgu lēmumu un konfliktsituāciju iespēja, jo vienam izpildītājam ir vairāki vadītāji

Pēdējā iemesla dēļ praksē parasti šo struktūru kombinē ar lineāro.

Jauktā struktūra ir īpaša lineārās un funkcionālās vadišanas apvienojums. Tajā katram padotajam ir gan lineārā, gan funkcionālā pakļautība vienlaikus. Jaukto vadišanas struktūru var aplūkot shematiski:



4.11. shēma. Jauktā vadišanas struktūra

Bieži funkcionālajai pakļautībai ir īslaicīgāks raksturs nekā lineārajai.

Nosacīts jauktās struktūras piemērs varētu būt mācību iestāde. Audzēkņu grupā par visiem jautājumiem (sekmes, nodarbību apmeklēšana, stipendijas, ārpusklases pasākumi) atbildīgs ir grupas audzinātājs — lineārais vadītājs, bet par kādu vienu mācību priekšmetu —

šā priekšmeta pasniedzējs — funkcionālais vadītājs. Katra audzēkņu grupa ir viena lineārā vadītāja (grupas audzinātāja) pakļautībā ilgāku laiku (no pirmā līdz pēdējam kursam) un vienlaikus vairāku funkcionālo vadītāju (priekšmetu pasniedzēju) pakļautībā īsāku laiku (piemēram, vienu semestri).

Praksē jauktā struktūra attaisnojas ar pietiekamu centralizāciju un kompetenci lielās (daudzdienu) organizācijās. To parasti papildina šādi — lai izvairītos no pretrunām un konfliktsituācijām, visi lineārie un funkcionālie vadītāji ir kāda viena lineāra vadītāja pakļautībā.

Jebkurā gadījumā, veidojot pārvaldes struktūru, būtu jāievēro, lai

- vadišanas līmeņu skaits būtu minimāls;
- nedublētos vadišanas funkcijas;
- lietišķie sakari būtu nepārprotami un pēc iespējas vienkārši;
- vienam vadītājam padoto skaits (orientējoši) būtu 5–8 cilvēki

Pārvaldes struktūras konkretizēšanai jāparedz *pilnvaru un atbildības* sadalījums vadītājiem.

Galvenās prasības

- Jābūt skaidrai atbildībai. Par konkrēto jautājumu tā jāuztic vienam vadītājam. Atbildības deleģēšana (pārdresēšana padotajam) neatbrīvo no tās: vadītājs tad atbild kopā ar saviem padotajiem. Savukārt atbrīvojot no uzliktās atbildības var tikai tiešais priekšnieks.
- Jābūt skaidrām pilnvarām (tiesībām un pienākumiem). Tiem jābūt saskaņotiem — nedrīkst prasīt pienākumu izpildi, ja nav dotas pietiekamas tiesības.
- Jebkurš uzdevums jāuztic viszemākajam līmenim, kas var to izpildīt. Citādi vadīšana nebūtu efektīva, jo augstas kompetences vadītājs būtu aizņemts ar mazkvalificētu darbu.
- Atbildībai jābūt saskaņotai ar pilnvarām.

4.2.3. Motivēšana



Motivācija — darbinieka apzināta ieinteresētība veikt noteiktu darbu

Organizēta struktūra nedarbosies, ja darbiniekiem nebūs motīva strādāt.

Motīvs ir process, kas nodrošina vēlmi strādāt, lai sasniegtu savus un organizācijas mērķus. Motīvs ir rīcības pamats, kas realizējas mērķī.



Motivēšana ir darbinieku stimulēšana izvēlēties kādu no rīcības alternatīvām, lai sasniegtu organizācijas un personīgos mērķus

Ļoti bieži vadītāji uzskata, ka darbiniekiem pietiek ar materiālo atalgojumu. Mūsdienīgs vadītājs nedrīkst aizmirst, ka atalgojums par padarīto darbu var būt iekšējs un ārējs. Iekšējo atalgojumu dod pats darbs. Piemēram, pašapziņa par padarīto, darba nozīmīgums, panākumu apziņa. Ārējo atalgojumu sniedz nevis pats darbs, bet uzņēmums. Piemēram, alga, karjera, uzslavas. Īstie motīvi, kas liek cilvēkiem strādāt, ir ļoti sarežģīti un saistīti ar cilvēka psiholoģiju. Apgūstot mūsdienīgos motivācijas modeļus, vadītājs var sekmīgāk piesaistīt izglītotus un perspektīvus darbiniekus uzņēmuma mērķu sasniegšanai.

Mūsdienās pastāv dažādas motivācijas teorijas.

1. Satura teorijas balstās uz cilvēku iekšējām vajadzībām, kuras liek cilvēkam darboties.

2. Procesuālās teorijas balstās uz cilvēku rīcību (taisnīguma teorija, izredžu teorija).

Satura motivācijas teorijas

Šajās teorijās cilvēku vajadzības tiek uzskatītas kā viņu darbības pamats. Par vajadzībām jau runājām iepriekš. Vajadzības ir cilvēka izjūta, ka viņam kaut kā trūkst. Vajadzības var būt fizioloģiskas un psiholoģiskas. Šo teoriju pamats ir Maslova teorija, ko raksturo ar Maslova motivācijas piramīdu.



4.12. shēma. Maslova motivācijas piramīda

Deivida Maklelanda un Džona Atkinsona teorijā izšķir trīs cilvēkiem piemērotas motivācijas kategorijas (trīs pamatvajadzības):

- panākumi;

- saskarsme (līdzdalība);
- vara.

Kāda no tām katram cilvēkam ir dominējošā. Dominante var mainīties atkarībā no vecuma, zināšanām un citiem faktoriem.

Cilvēki, kuri virzīti uz panākumiem, rūpējas par darba kvalitātes sasniegšanu un attiecīgu novērtēšanu, risina problēmas un uzņemas atbildību, panākumus izvērtē, salīdzinot ar savu vai citu darbības rezultātiem. Šiem darbiniekiem nepieciešams noteikt, kas viņiem ir jā dara, kāpēc, kad un kur, nepieciešams izskaidrot, kādā veidā un kad novērtēs viņu darba rezultātus.

Cilvēki, kas virzīti uz saskarsmi (līdzdalību), izjūt nepieciešamību būt uzņemtam kolektīvā un iepatīties, veidot draudzīgas attiecības ar citiem, ieinteresēti paplašināt savu paziņu loku. Šiem darbiniekiem nepieciešama viņiem personīgi izteikta atzinība, iespēja sevi izjust par vienota kolektīva locekli.

Cilvēki, kuri virzīti uz varu, gatavi riskēt un veikt darbu, ko citi uzskata par neiespējamu, vēlas dot padomus un gūt savām idejām atsaucsmi. Šiem darbiniekiem nepieciešams ļaut veikt uzdevumus pēc viņu plāna, uzlikt atbildību un dot pilnvaras, dot iespēju riskēt, cienīt un novērtēt viņus citu klātbūtnē.

Frederika Herberga teorija balstās uz divu veidu faktoriem, kas motivē cilvēka attieksmi pret darbu.

1. Motivācijas faktori — saistīti ar darba būtību, t. i., darbs kā vērtība pati par sevi, panākumi darbā, atzinība, atbildības sajūta, pilnveidošanās iespējas.
2. Higiēnas faktori — saistīti ar vidi, kurā cilvēks strādā, t. i., darba apstākļi, darbavietas saglabāšanas garantijas, vadības stils, atbildība par darbu, cilvēciskās attiecības.

Herberga teorijas pamatdoma ir tā, ka pietiek ar vienu no motivācijas faktoriem, lai cilvēks būtu apmierināts ar darbu, bet, ja trūkst kaut viena no higiēnas faktoriem, cilvēks var just neapmierinātību,

kas atstās iespaidu uz viņa darbu izpildi un līdz ar to arī uz uzņēmuma mērķu sasniegšanu.

Procesuālās motivācijas teorijas

Satura motivācijas teorijas balstās uz vajadzībām, kas ir galvenais cilvēka rīcības noteicējs. Procesuālās motivācijas teorijas nenoliedz vajadzību nozīmi, bet uzskata, ka cilvēka rīcību nosaka arī viņa uztvere un izredzes, kas saistītas ar konkrēto situāciju un iespējām.

1. Izredžu teorija.

Šajā teorijā tiek atzīmētas trīs likumsakarības:

- darba patēriņš un rezultāts;
- darba rezultāts un atalgojums;
- atalgojums un apmierinātība ar to.

Ja nav atbilstības starp patērēto darbu un rezultātu, rezultātu un atalgojumu, tad cilvēka rīcībai nav pietiekamas motivācijas. Starp šīm likumsakarībām atbilstība var mazināties šādu iemeslu dēļ:

- slikta sagatavotība darbam;
- nepareiza apmācība;
- paškritikas trūkums darbiniekam;
- darbiniekam nav pietiekama darba apmaksa.

Pēc šīs teorijas darbinieka motivācija ir atkarīga no visām trim likumsakarībām.

2. Taisnīguma teorija.

Cilvēks subjektīvi novērtē atalgojumu par ieguldīto darbu un pēc tam salīdzina ar cita cilvēka līdzīga darba atalgojumu. Ja salīdzināšana parāda kādu neatbilstību, tad cilvēkam rodas psiholoģiska spriedze. Var mēģināt atjaunot līdzsvaru vai taisnīguma izjūtu, ja

- maina patērētā darba daudzumu;
- mēģina izmainīt atalgojuma lielumu.

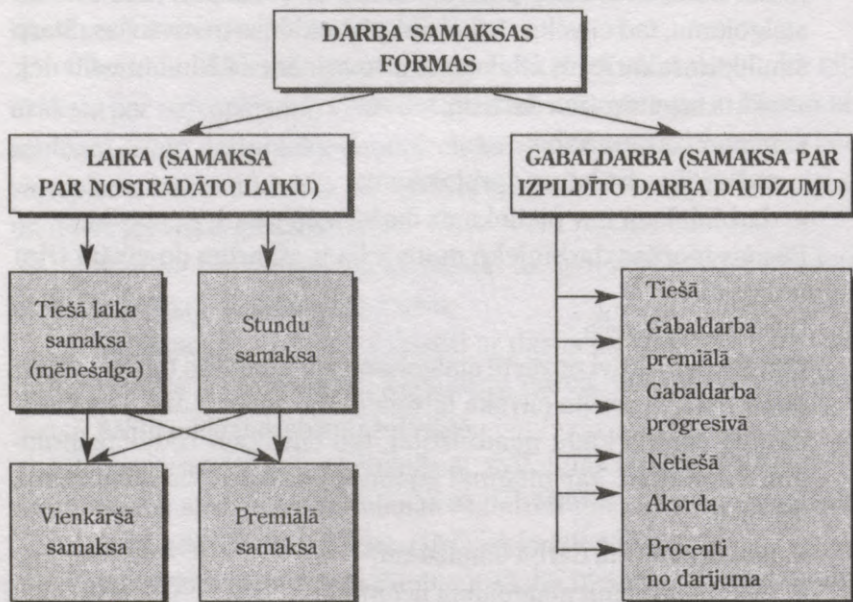
Ja cilvēki uzskata, ka viņiem atalgojums ir par lielu, viņi daudz mazāk cenšas mainīt savu situāciju.

Darba samaksas organizēšanas princips

Viens no jebkuras uzņēmējdarbības sekmīgas norises nosacījumiem ir tās darbinieku noturīgas motivācijas izveidošana.

Vispirms to var attiecināt uz darbinieku vēlmēm saņemt "taisnīgu" atbildību par savu darbu, kā arī uz īpašnieku ieinteresētību iegūt lielāku peļņu. Uzņēmuma darbinieku materiālās stimulēšanas sistēmas izstrādāšana un ieviešana nodrošina darba ražīguma pieaugumu, izpildāmo darbu un sasniegto pakalpojumu kvalitātes uzlabošanu, uzlabo uzņēmuma finansiāli ekonomisko stāvokli. Privātajā uzņēmējdarbībā ir liela rīcības brīvība atalgojuma sistēmas veidošanā. Ierobežojumi ir noteikti Darba likumā.

4.13. shēmā ir parādītas iespējamās darba samaksas formas.



4.13. shēma. Darba samaksas formas

Laika darba algas forma ir piemērota tur, kur darbu grūti normēt vai mašīnu darbs nosaka darba ritmu.

- Vienkāršā darba samaksa atkarīga tikai no faktiski nostrādātā laika un darbinieka kvalifikācijas.
- Premiālā samaksa paredz prēmijas par noteiktu darba rezultātu sasniegšanu.

Gabaldarba alga ir piemērota tur, kur darbā iespējama uzskaitē, var stimulēt produkcijas izlaides palielināšanu, darba ražīguma paaugstināšanu, nepasliktinot kvalitāti. Šīs formas pamatā ir izcenojums par darba vienības veikšanu vai produkcijas vienības izgatavošanu. Gabaldarba algas formai ir vairākas sistēmas:

- tiešā — alga ir atkarīga no paša darba rezultātiem;
- premiālā — alga ir atkarīga no saražotās produkcijas daudzuma, prēmijas — par noteiktu rādītāju sasniegšanu;
- progresīvā — algas noteikšanai izmanto progresīvi pieaugošu izcenojumu;
- netiešā — alga ir atkarīga no citu strādnieku saražotās produkcijas daudzuma (piemēram, paligstrādnieka apmaksā par noteikta darba apjoma izpildi);
- akorda — samaksa par noteikta darba apjoma izpildi;
- procentu izmaksas — samaksu nosaka kā procentu likmi no ieņēmumiem vai peļņas. Piemēram, pārdevēja darba samaksu var noteikt 5% apmērā no apgrozījuma (ieņēmumiem) mēnesī.

Pēc sava ekonomiskā satura darba alga ir dzīvei nepieciešamo līdzekļu apjoms, kas objektīvi nepieciešams darbaspēka atražošanai. Šie līdzekļi darbiniekam jāiegūst maiņas ceļā, pretī liekot savu noteikta daudzuma un kvalitātes darbu. Pamatalgas lielums ir jānosaka, vadoties no nepieciešamības nodrošināt darbiniekam darbaspēka atražošanas līmeni vai pamatojoties uz tām prasībām, kuras izvirza ieņēmamā amata darba sarežģītība, atbildība un sasprindzinājums. Tāpēc darbinieku darba stimulēšanas sistēmā ir jāparedz visu izpildāmo

darbu tarifkācija pa visām darba vietām (amatiem) un, pamatojoties uz to, jānosaka katram darbiniekam pamatalgas lielums.

Premiālās izmaksas tiek paredzētas par piedalīšanos uzņēmuma peļņas ieguvē. Prēmijas izmaksas apjomu darbiniekiem nosaka pēc darba kvalitātes, pēc ieņemamā amata, nostrādātā laika posma, atkarībā no kopējā premiālā fonda apjoma.

Tiešs naudas atalgojums neatspoguļo visu sekmīgas darbības stimulēšanas spektru. Lai pastiprinātu motivācijas iedarbību uz darbiniekiem, jārealizē netiešās stimulēšanas sistēma, kurā ietilpst dažādi papildu materiālās un nemateriālās stimulēšanas veidi. Konkrētais papildu stimulēšanas veids tiek diferencēts atkarībā no darbinieka ieņemamā amata.

Piemēram:

- uzņēmuma akciju pārdošana ar atvieglotiem noteikumiem;
- dotācijas dzīvokļa samaksai;
- pilnīga vai daļēja ceļazīmju apmaksa uz atpūtas namiem, sanatorijām;
- vērtīgas dāvanas pasniegšana;
- mācību maksas apmaksa augstākajās vai vidējās speciālajās mācību iestādēs;
- kredītu piešķiršana ar atvieglotiem noteikumiem.

Papildu materiālās un nemateriālās stimulēšanas izdevumu finansēšanas avots ir firmas tīrā peļņa.

Vislabākos rezultātus atalgojuma sistēma dos tad, ja tiks izmantotas visas iedarbības formas.

4.2.4. Kontrole

Sekmīga, efektīva vadīšana prasa kontroli.

Vārdu *kontrole* visbiežāk saprot kā pārbaudes un darbības regulēšanas operācijas. Kontrole dod iespēju vadītājam laikus reaģēt, nepieļaujot nevēlamas novirzes darbā.

Kā vadīšanas funkcija kontrole ietver uz organizācijas darbības mērķiem orientētu standartu noteikšanu, darba izpildes vērtēšanu un salīdzināšanu ar izvēlētajiem standartiem un attiecīgu darbību noviržu novēršanai (koordinācijai)



Mērķtiecīgu un plānotu kontroli darbinieks dažreiz uztver kā viņa brīvības ierobežošanu. Taču brīvība un kārtība nav pretēji jēdzieni — tie viens otru papildina. Pareizi organizēta kontrole dod atbildes uz jautājumiem:

- Kas pašlaik notiek?
- Kam pašlaik vajadzētu notikt?

Kontroles nepieciešamību nosaka šādi faktori.

1. Pārmaiņas uzņēmumā — iekšējā un ārējā vidē, tirgus svārstības, jaunu produktu parādīšanās, jaunu likumu un noteikumu ieviešana. Ar kontroli vadītāji var laikus atklāt pārmaiņas, kas var ietekmēt uzņēmumu, tā produktus un pakalpojumus.
2. Ārējā vide — lai nodrošinātu kvalitāti un izdevīgumu, nepārtraukti jāanalizē vietējais un ārzemju tirgus.
3. Kļūdas — neveiksmīgi noteiktas cenas, tiek pieļautas kļūdas uzņēmuma vadīšanā. Kontrole ļauj vadītājam šīs kļūdas atklāt, pirms tās kļūst kritiskas.
4. Atbildība, pilnvaru deleģēšana — katram uzņēmuma darbiniekam jāzina sava atbildība un pilnvaras, kā arī tas, kā viņa darbs tiek novērtēts.

Kontroles veidi

1. Iepriekšējā kontrole paredz dažādu plāna realizācijā iespējamo noviržu laicīgu novēršanu. Šai kontrolei ir liela nozīme

uzņēmuma budžeta sastādīšanā. Parasti izmanto finanšu, darbaspēka, materiālu izvēlei.

2. Kontrole darba procesā — pamatā ir rezultātu prognozēšana, lai ne tikai atklātu, bet arī novērstu novirzes, kamēr attiecīgais darbs vēl tiek veikts. Tā ietver arī jā/nē kontroli — uz atsi-
jāšanas pamata nosaka, vai turpināt attiecīgo darbu. Būtiski, ka šīs pārbaudes tiek izdarītas produkta tapšanas laikā.
3. Noslēguma kontrole (rezultātu kontrole) — dati tiek izmantoti darbinieku atalgošanai. Noslēguma kontrole ietver arī kontaktu uzturēšanu ar patērētājiem.

Praksē visbiežāk kontroles veidi tiek kombinēti.

Kontroles process

Praktiskai izmantošanai ir izstrādāts vispāratzīts kontroles process. Šis process ir līdzīgs vispārējam uzņēmuma vadišanas ciklam.

- Standartu noteikšana.
- Darba izpildes uzraudzība.
- Faktiskās darba izpildes salīdzināšana ar standartiem.
- Salīdzināšanas rezultātu novērtēšana.
- Noviržu novērtēšana, standartu pārskatīšana vai *status quo* saglabāšana.

1. Kontroles process sākas ar standartu noteikšanu.

Standarti vadišanas procesā ir kā atskaites punkti. Bez standartiem kontrole nav realizējama, jo nav zināms darbu izpildes limenis. Standarti ir konkrēti mērķi, ko var izmērit. Tie rodas plānošanas procesā. Standarti var būt dažādi:

- laika standarti — izmanto darba dalīšanā, strādājošo darba ražīguma un atalgojuma noteikšanā;
- kvalitātes standarti — nosaka pieņemamās darba izpildes kvalitātes diapazonu;
- kvantitātes standarti — vēlamais saražoto produkcijas vienību skaits;

- izmaksu standarti — izteikti naudas formā un ir tieši saistīti ar plānošanu.
 - 2. Darba izpildes uzraudzība — tās pamatzuddevums ir datu savākšana par faktisko darba gaitu. Uzraudzība bieži ir dārga un neefektīva.
 - 3. Faktiskās un plānotās darba izpildes salīdzināšana — nepieciešama, lai noteiktu, vai nav notikušas nozīmīgas novirzes no plānotās darbu norises.
 - 4. Novērtējums un rīcība:
 - ja izpilde ir tuvu standartiem, tad korekcijas nav jāveic — kontroli var turpināt;
 - ja izpilde neatbilst standartiem, tad
 - a) novirzes radušās darba izpildē;
 - b) novirzes saistītas ar apkārtējās vides izmaiņām;
 - c) standarti nav reāli.
- Svarīgi noteikt īsto neatbilstības cēloni.

Efektīvas kontroles sistēmas pazīmes

Kontrolei jābūt

- Precīzai.
Neprecīza informācija par notiekošo var izraisīt uzņēmuma nepareizu darbību un radīt problēmu, kur tā nemaz neeksistē.
- Operatīvai.
Informācija jāsavāc, jānosūta un jānovērtē laikus, lai varētu veikt nepieciešamo darbības koordināciju.
- Objektīvai.
Informācijai jābūt tādai, lai tās lietotāji to saprastu un uzskatītu par objektīvu.
- Vērstai uz stratēģiski svarīgiem procesiem organizācijā.
- Ekonomiski reālai.
Kontroles izmaksām jābūt mazākām vai vismaz vienādām ar peļņu, ko nodrošina kontrole.

- Organizatoriski reālai.
Darbu izpildītājiem jāredz sakarība starp uzdoto darbu izpildi un iespējamā atalgojuma līmeni. Jāievēro statuss, lai augstāka ranga darbiniekam nebūtu jāatskaitās zemākai amatpersonai.
- Elastīgai.
Jāspēj ātri reaģēt uz izmaiņām uzņēmumā un apkārtējā vidē.
- Tādai, kuru uzņēmumā strādājošie pieņem un atzīst.

4.3. VADĪŠANAS LĪMEŅI

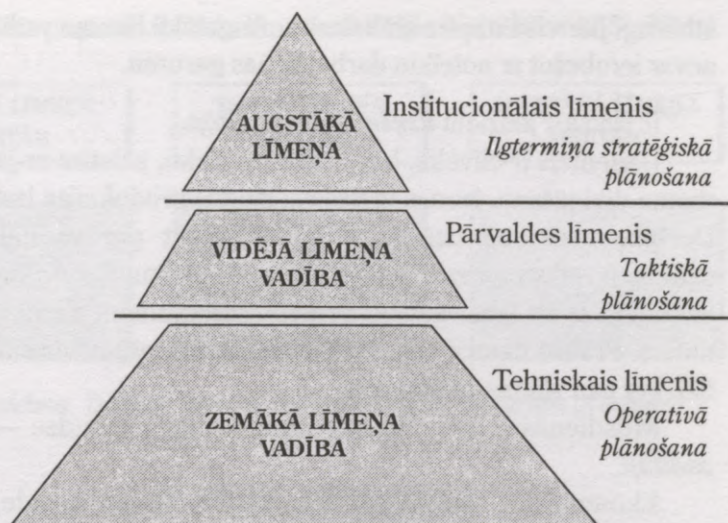
Visi vadītāji uzņēmumā pilda noteiktas funkcijas. Vadošā darba dališana ir labi redzama lielās organizācijās. Mazos uzņēmumos vadošā darba specializācija nav tik krasi izteikta.

Viens no vadošā darba dališanas veidiem ir *horizontālā darba dališana* — konkrētu vadītāju izvirzīšana atsevišķām uzņēmuma struktūrvienībām. Piemēram, ražošanas daļas priekšnieks, galvenais grāmatvedis, mārketinga daļas vadītājs. Tos sauc arī par funkcionālajiem vadītājiem, un viņi ir atbildīgi tikai par vienu uzņēmuma darbības veidu. Taču horizontālā darba dališana ir jākoordinē, tāpēc nepieciešama vertikālā darba dališana. Parasti vadītājus iedala trīs līmeņos:

- zemākā jeb pirmā līmeņa vadītāji;
- vidējā līmeņa vadītāji;
- augstākā līmeņa vadītāji.

Šos līmeņus attēlo piramīdas veidā (4.14. shēma).

Zemākā līmeņa vadītāji ir atbildīgi par savu padoto darbu, kas ir tiešā darba veicēji. Pamatā šie vadītāji kontrolē ražošanas uzdevumu izpildi, atbild par izsniegtajiem ražošanas līdzekļiem un izejvielām, kā arī atbild par vidējā līmeņa vadītāju plānu realizēšanu. Tie ir meistari ražošanā, vecākā medmāsa slimnīcā. Pētījumi liecina, ka zemākā līmeņa vadītāju darbs ir ļoti saspringts, bieži jāmaina darbības, pārejot



4.14. shēma. Vadišanas līmeņi

no viena uzdevuma pie cita. Lielāko darba laika daļu viņi kontaktējas ar saviem padotajiem.

Vidējā līmeņa vadītāji koordinē un kontrolē zemākā līmeņa vadītāju darbu. Tie ir nodaļu vadītāji uzņēmumā, uzņēmuma filiāļu direktori, dekāni universitātē. Vispārināt vidējā līmeņa vadītāju darbu ir ļoti grūti, taču pamatā tie veido starpposmu starp augstākā un zemākā līmeņa vadītājiem. Viņi gatavo informāciju augstākā līmeņa vadītāju lēmumiem un nodod šos lēmumus zemākajam līmenim izpildei. Vidējā līmeņa vadītāji detalizē ilgtermiņa plānus un nodrošina to realizēšanu. Viņi, piemēram, var izvēlēties iekārtas, noteikt dīleru skaitu noteiktā teritorijā, vadīt veikalu tīklu.

Augstākā līmeņa vadītāji atbild par uzņēmumam svarīgāko lēmumu pieņemšanu un to izpildi, lielāko darba laika daļu velta ilgtermiņa plānu izstrādāšanai. Pat pašos lielākajos uzņēmumos tie ir tikai daži cilvēki — firmu prezidenti, viceprezidenti. Spēcīgi augstākā līmeņa vadītāji ar savu personību iespaido visa uzņēmuma tēlu. Viņi ir

atbildīgi par visa uzņēmuma darbu. Augstākā līmeņa vadītāju darbu nevar ierobežot ar noteiktu darba dienas garumu.

Ir jāatsķir jēdzieni *uzņēmējs* un *vadītājs*.

Uzņēmējs ir cilvēks, kas uzņemas risku, saistītu ar jauna uzņēmuma dibināšanu, jaunas idejas vai jaunas produkcijas izstrādāšanu. Darbības sākumā uzņēmēju var uzskatīt par vadītāju, daudzi uzņēmēji veiksmīgi vada uzņēmumus ilgu laiku. Bet ne vienmēr labs uzņēmējs ir arī labs vadītājs, it īpaši uzņēmumam augot un paplašinoties. Praksē daudzi jauni uzņēmumi bankrotē nevis sliktas idejas dēļ, bet gan sliktas vadības dēļ.

Mūsdienās ir izveidojusies jauna vadītāju paaudze — *uzņēmīgi vadītāji*.

Ekonomiskā, sociālā, politiskā un likumdošanas vide, kurā darbojas uzņēmumi, ir ļoti mainīga, tāpēc vadītājam jābūt domāt un rīkoties kā uzņēmējam. Viņi aktīvi meklē uzņēmuma attīstības iespējas un apzināti riskē.

Vadītājiem ir jāspēj



- lietot specializētas zināšanas, tehniku (tehniskās jeb speciālās prasmes). Speciālās prasmes visvairāk nepieciešamas zemākā līmeņa vadītājiem;
- motivēt gan atsevišķu cilvēku, gan cilvēku grupu (cilvēciskās prasmes). Cilvēciskās prasmes nepieciešamas visu līmeņu vadītājiem vienādi, jo visiem darbā ir saskare ar cilvēkiem;
- koordinēt un integrēt visas uzņēmuma intereses un aktivitātes (konceptuālās prasmes). Konceptuālās prasmes visvairāk nepieciešamas augstākā līmeņa vadītājiem, kuriem jākoordinē visa uzņēmuma darbs

Visas šīs prasmes dažādu līmeņu vadītājiem attēlotas 4.15. shēmā.

ZEMĀKĀ LĪMEŅĀ VADĪTĀJI	VIDĒJĀ LĪMEŅĀ VADĪTĀJI	AUGSTĀKĀ LĪMEŅĀ VADĪTĀJI
konceptuālās	konceptuālās	konceptuālās
cilvēciskās	cilvēciskās	cilvēciskās
speciālās	speciālās	speciālās

4.15. shēma. Dažādu līmeņu vadītājiem nepieciešamās prasmes

4.4. VADĪŠANAS STILI

Vadītājam jāprot ietekmēt savus padotos, tādējādi izpaužoties viņa līdera spējām. Tāpēc vienmēr ir bijis aktuāls jautājums, kādam jābūt vadītājam, kādi ietekmēšanas veidi un uzvešanās stili jāizvēlas. Sākotnēji tika pieņemts, ka viss ir atkarīgs no vadītāja personīgajām īpašībām.

Ja ir jānosauc laba vadītāja īpašības, tad tiek minēts

- augsts intelekta un zināšanu līmenis;
- iespaidīga āriene;
- iniciatīva;
- ekonomiskā un sociālā izglītība;
- pārliecība par savām spējām utt.

Šajā jomā ir veikts daudz pētījumu, bet nav vienota uzskata par to īpašību kopumu, kurām jāpiemīt labam vadītājam.

Cilvēks nekļūst par vadītāju tikai tāpēc, ka viņam ir noteiktas personīgās īpašības.

Vadīšanas efektivitātei ir situācijas raksturs — dažādās situācijās ir nepieciešamas dažādas īpašības.

Tātad efektivitāti nosaka nevis vadītāja īpašības, bet uzvešanās dažādās situācijās.

Tas arī ir pamats vadišanas stilu klasifikācijai.



*Vadišanas stils ir paņēmieni kopums,
ar kuriem vadītājs iedarbojas uz padotajiem,
lai efektīvi veiktu vadišanas funkcijas*

Stila veidošanos ietekmē

- vadītāja intelekts un vispārējā kultūra;
- profesionālā izglītība;
- rakstura īpašības un temperaments.

Vadišanas stilus klasificē dažādi. Populārākais iedalījums:

- autoritārs vadišanas stils;
- liberāls vadišanas stils;
- demokrātisks vadišanas stils.

Šo vadišanas stilu raksturojums ir dots 4.1. tabulā.

Konkrēta vadītāja stilu ne vienmēr var attiecināt uz kādu no šiem stiliem.

4.16. shēmā parādīti dažādi lēmumu pieņemšanas varianti.

AUTORITĀRS VADĪTĀJS Vadītāja autoritātes izmantošanas apgabals			DEMOKRĀTISKS VADĪTĀJS Padoto brīvības apgabals			
Vadītājs pieņem lē- mumu un paziņo to	Vadītājs "pārdod" lēmumu	Vadītājs formulē idejas un jautājumus un aicina tos ap- spriest	Vadītājs prezentē iespējamo lēmumu tā tālākām izmaiņām	Vadītājs prezentē problēmu, saņem ieteik- umus, tad for- mulē lēmumu	Vadītājs definē iero- bežojumus un uzdod grupai pie- ņemt lēmumus	Vadītājs ļauj pado- tajiem dar- boties no- teiktās ro- bežās

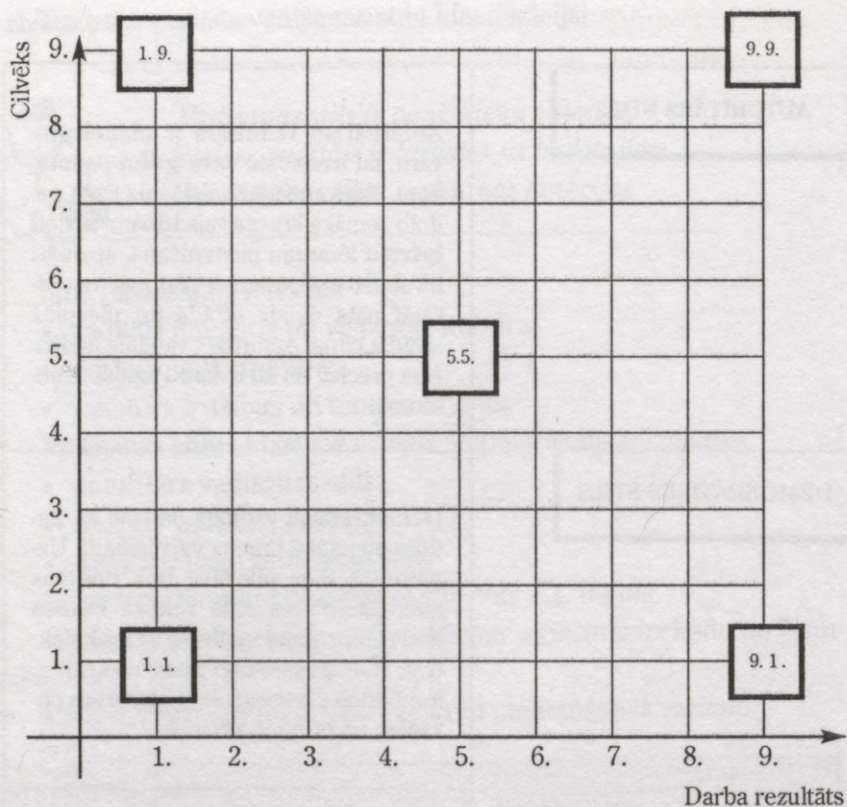
4.16. shēma. Vadišanas stili

4.1. tabula

<p>AUTORITĀRS STILS</p>	<p>Autoritāram vadītājam ir pietiekama vara, lai uzspiestu savu gribu padotajiem. Viņš apzināti balstās uz savu padoto zemāka līmeņa vajadzībām, nedod brīvību lēmumu pieņemšanā, apzināti ierobežo saskarsmi ar padotajiem. Parasti pats daudz strādā un piespiež strādāt citus. Autoritārs vadītājs nodrošina precīzu un ātru darbu izpildi uzņēmumā</p>
<p>DEMOKRĀTISKS STILS</p>	<p>Demokrātisks vadītājs balstās uz padoto augstākā līmeņa vajadzībām. Uzņēmumā daļa pilnvaru tiek nodotas padotajiem. Šis stils veicina radošu darbu, savstarpējo uzticību darba kolektīvā. Vadītājs saprātīgi reaģē uz kritiku, konfliktus uztver kā likumsakarīgu parādību un prot tos atrisināt</p>
<p>LIBERĀLS STILS</p>	<p>Liberāls vadītājs parasti ir bez iniciatīvas, negrib uzņemties atbildību par lēmumiem un to sekām. Vadītājs vienmēr ir laipns un labvēlīgs, gatavs uz klausīt citu viedokļus, bet ne vienmēr spēj realizēt ieteiktās idejas</p>

Ir arī cits vadišanas stilu klasifikācijas veids:

- viena galējība — stils, kas orientēts uz darbu;
- otra galējība — stils, kas orientēts uz cilvēku.



4.17. shēma. Vadišanas režģis

- 1.1. — minimāla uzmanība uz ražošanu un cilvēku;
- 1.9. — draudzīgas atmosfēras radišana, bet minimāla uzmanība ražošanai;
- 5.5. — darba rezultāti tiek panākti ar uzmanības noturēšanu gan uz cilvēku, gan darbu apmierinošā līmenī;
- 9.1. — minimāla uzmanība cilvēciskajām attiecībām kolektīvā, bet tiek panākti augsti darba rezultāti;
- 9.9. — vadītāja ideāls, uzmanība gan ražošanai, gan cilvēkam.

Jebkurš vadītājs atrodas noteiktā šā režģa punktā.

Ir veikts daudz pētījumu vadišanas stilu jomā. To rezultāti ir pretrunīgi, bet galvenais secinājums ir šāds:

▶ Nevienu vadišanas stilu nevar uzskatīt par labāko visos gadījumos

Vadītājam ir precīzi jānovērtē situācija:

- ▶
- | | |
|----------------------|--------------------------|
| • padoto spējas; | • padoto vajadzības; |
| • personīgās spējas; | • pilnvaras; |
| • uzdevuma būtība; | • informācijas kvalitāte |

Vadītājam jābūt gatavam pārvērtēt spriedumus un mainīt stilu. Labam vadītājam ir jāiemācās lietot visus stilos.

▶ Labākais stils — stils, kas orientēts uz realitāti, jeb adaptīvais stils

NODOKĻI

5.1. NODOKĻU SISTĒMA LATVIJAS REPUBLIKĀ

5.1.1. Nodokļi un nodevas

Iepriekš jau iepazināmies ar valsts lomu ekonomikā. Valdība tieši iejaucas tirgus mehānismā ar dažādu nodokļu un sociālo programmu palīdzību. Valsts politiku nodokļu un valsts izdevumu sfērā sauc par fiskālo politiku. Fiskālā politika ir viens no galvenajiem instrumentiem ekonomikas stabilizēšanai. Nodokļu maksāšanas mērķis ir nodrošināt valsti ar tās darbībai nepieciešamajiem līdzekļiem. Tas dod iespēju valstij uzturēt skolas, slimnīcas, ceļus, maksāt pabalstus utt. Nodokļi nodrošina arī pašvaldības ar tām nepieciešamajiem līdzekļiem.

Nodokļu maksātāju nauda tiek tērēta:

izglītībai un veselības aprūpei,
sabiedriskajai kārtībai un drošībai,
transportam un sakariem,
dzīvokļu un komunālajai saimniecībai,
valsts aizsardzībai u. c.

Turklāt daļa nodokļu maksājumu tiek pārskaitīta speciālos fondos, piemēram, obligātos sociālās apdrošināšanas maksājumus ieskaita valsts apdrošināšanas budžetā, dabas resursu nodokļus — Vides aizsardzības fondā, izložu un azartspēļu nodokļus — kultūras un sporta attīstībai.

Tagad — par nodokļu likumdošanu un nodokļu sistēmu Latvijas Republikā. Pašlaik LR nodokļu likumdošana tiek pilnveidota un bieži tiek mainīta, tā ir sarežģīta, tāpēc praktiskajā darbībā ieteicams izmantot nodokļu speciālistu konsultācijas.

Nodoklis ir ar likumu noteikts obligāts maksājums valsts budžetā vai pašvaldību budžetos, kas nav maksa par noteiktas preces iegādi vai pakalpojuma saņemšanu un nav soda naudas un kavējuma naudas maksājums



Izšķir tiešos un netiešos nodokļus.

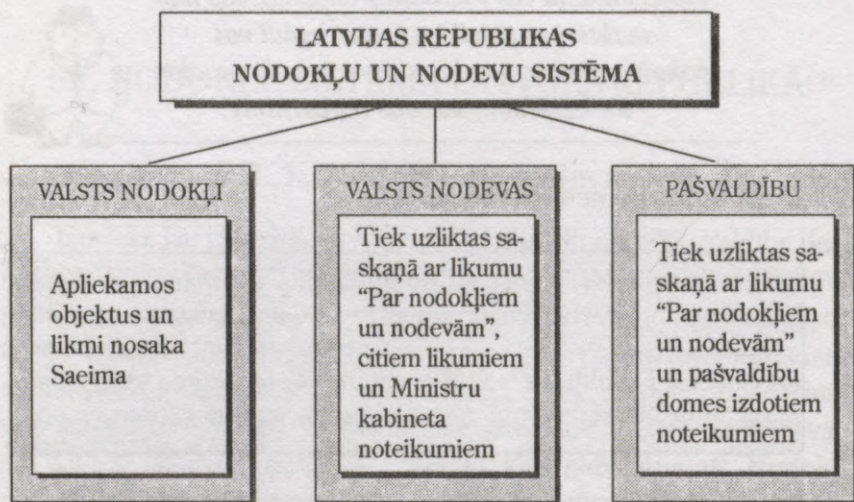
- Tiešie nodokļi ir atkarīgi no ienākuma vai mantas lieluma, piemēram, iedzīvotāju ienākuma nodoklis, nekustamā īpašuma nodoklis
- Netiešie nodokļi jāiemaksā neatkarīgi no ienākuma vai mantas lieluma, piemēram, muitas nodoklis, akcīzes nodoklis

Nodokļu sistēmas pamatlikums ir likums "Par nodokļiem un nodevām", kas stājās spēkā 1995. gada 1. aprīlī.

Likums "Par nodokļiem un nodevām":

- nosaka nodokļu un nodevu veidus;
- reglamentē nodokļu un nodevu noteikšanas kārtību;
- reglamentē nodokļu un nodevu iekasēšanu un piedziņu;
- nosaka nodokļu un nodevu maksātāju tiesības, pienākumus un atbildību;
- nosaka nodokļu administrācijas tiesības, pienākumus un atbildību;
- nosaka nodokļu un nodevu jautājumos pieņemto lēmumu pārsūdzēšanas kārtību

Likums "Par nodokļiem un nodevām" attiecas uz visiem nodokļiem un nodevām, izņemot dažus nodokļus, kuriem ir specifiskas īpatnības. Piemēram, muitas nodoklis, kuru reglamentē likums "Par muitas nodokli (tarifiem)" un Muitas kodekss. Parasti uz nodokļiem attiecinā arī valsts obligātās sociālās apdrošināšanas maksājumus, ko reglamentē likums "Par valsts sociālo apdrošināšanu".



5.1. shēma. Latvijas Republikas nodokļu un nodevu sistēma

Atbilstoši nodokļu likumiem Valsts ieņēmumu dienests izstrādā un apstiprina metodiku, pēc kādas nodokļi aprēķināmi un atspoguļojami grāmatvedībā.

Katram nodokļu maksātājam galvenais pienākums ir samaksāt nodokļus noteiktajā termiņā un pilnā apmērā, citādi draud soda sankcijas. Tāpēc

— jāizstudē likumi, citi normatīvie akti, Ministru kabineta noteikumi un instrukcijas par nodokļiem, lai zinātu, cik, kad, kam un par ko jāmaksā;

— jāseko līdzī visiem grozījumiem, lai neapbrēķinātu kādu nodokli nepareizi;

— jāzina, kā pareizi sastādāmi dokumenti;

— jāprot pierādīt nodokļu aprēķinu pareizību, jo likumā "Par nodokļiem un nodevām" paredzēts, ka sava taisnība ir jāpierāda nodokļu maksātājam, nevis valsts ieņēmumu dienestam vai citai nodokļu administrācijas institūcijai.

Nodokļu sistēma ietver šādus nodokļus un tiem atbilstošos likumus.

5.1. tabula

Nr. p. k.	Valsts nodokļa nosaukums	Likums
1.	Iedzīvotāju ienākuma nodoklis	"Par iedzīvotāju ienākuma nodokli"
2.	Uzņēmuma ienākuma nodoklis	"Par uzņēmumu ienākuma nodokli", "Par uzņēmumu ienākuma nodokļa atļaidi invalīdu biedrību uzņēmumiem (uzņēmējsabiedrībām) 1998., 1999., 2000., 2001. un 2002. gadā"
3.	Nekustamā īpašuma nodoklis	"Par nekustamā īpašuma nodokli", "Par nekustamā īpašuma nodokļa atvieglojumiem sabiedriskajām organizācijām un to uzņēmumiem 2002., 2003. gadā"
4.	Pievienotās vērtības nodoklis	"Par pievienotās vērtības nodokli"
5.	Akcizes nodoklis	"Par akcizes nodokli", "Par akcizes nodokli naftas produktiem", "Par akcizes nodokli tabakas izstrādājumiem", "Par akcizes nodokli alkoholiskajiem dzērieniem", "Par akcizes nodokli alum", "Alkohola aprites likums"
6.	Muitas nodoklis	"Par muitas nodokli (tarifiem)"
7.	Dabas resursu nodoklis	"Par dabas resursu nodokli", "Par iepakošanu", "Par piesārņojumu"
8.	Izložu un azartspēļu nodoklis	"Par izložu un azartspēļu nodevu un nodokli", "Par izlozēm un azartspēlēm"
9.	Valsts sociālās apdrošināšanas obligātie maksājumi	"Par valsts sociālo apdrošināšanu"

Valsts nodokļi tiek iemaksāti valsts budžetā vai arī pēc noteiktā sadalījuma — valsts budžetā un pašvaldību budžetos atbilstoši konkrētam nodokļu likumam. Nodokļu maksātāji ir Latvijas Republikas vai ārvalstu fiziskās un juridiskās personas. Konkrētā nodokļa objekts un maksātāju loks tiek noteikts katra konkrētā nodokļa likumā.

Nodokļu maksātājus klasificē:

- iekšzemes nodokļu maksātāji (rezidenti);
- ārvalstu nodokļu maksātāji (nerezidenti).

Fiziskā persona tiek uzskatīta par rezidentu, ja

- šīs personas pastāvīgā dzīvesvieta ir Latvijas Republikā vai
- šī persona uzturas Latvijas Republikā 183 dienas vai ilgāk jebkurā 12 mēnešu periodā, vai
- šī persona ir Latvijas Republikas pilsonis, ko ārzemēs nodarbina Latvijas Republikas valdība;
- nodokļu maksātājs — juridiska persona ir uzskatāma par rezidentu, ja tas izveidots un reģistrēts vai tas bija jāizveido un jāreģistrē saskaņā ar Latvijas Republikas likumiem.

Nodokļu maksātāju vispārīgie pienākumi

- aprēķināt maksājamo nodokļu summas;
- noteiktā termiņā un pilnā apjomā nomaksāt nodokļus un nodevas;
- deklarēt taksācijas perioda ienākumus un citus ar nodokļiem apliekamos objektus;
- uzglabāt finansiālās un saimnieciskās darbības ieņēmumus un izdevumus apliecinošos dokumentus ne mazāk kā 5 gadus, lai varētu pierādīt nodokļu aprēķina pareizību;
- ziņot par visiem saviem ienākumiem;
- atļaut nodokļu administrācijas ierēdņiem likumā noteiktajā kārtībā apskatīt uzņēmējdarbībai izmantojamās telpas.

Likums paredz papildu pienākumus gan fiziskajām personām (kā darba ņēmējiem, darba devējiem, pašnodarbinātajiem), gan juridiskām personām.

Nodokļu maksātājiem ir šādas tiesības.

1. Izmantot likumos noteiktos nodokļu un nodevu atvieglojumus.
2. Izmantot likumos paredzētās nodokļu atlaides.
3. Nodokļu administrācijā bez maksas iepazīties ar normatīvajiem dokumentiem, kas reglamentē nodokļu un nodevu aprēķināšanas un maksāšanas kārtību.
4. Iepazīties ar nodokļu un nodevu aprēķinu pārbaudes aktiem un pārskatiem, kas attiecas uz konkrēto nodokļu maksātāju.
5. Pārsūdzēt likumā noteiktajā kārtībā nodokļu administrācijas lēmumus.
6. Iesniegt nodokļu administrācijā vai tiesā pieteikumus par nodokļu un nodevu samaksas pārskatīšanu trīs gadu laikā pēc likumā noteiktā maksāšanas termiņa.
7. Saņemt pārmaksāto nodokļu summas saskaņā ar konkrēto nodokļu likumiem.
8. Saņemt nodokļu administrācijas nepareizi piedzīto maksājumu summas likumā noteiktajā kārtībā.
9. Saņemt no savu ienākumu gūšanas vietas rakstisku izziņu par to, kādus nodokļus darba devējs ir nomaksājis.

Nodevas

Saskaņā ar likumu "Par nodokļiem un nodevām" izšķir

- 1) valsts nodevas, kuras tiek uzliktas saskaņā ar likumiem un Ministru kabineta noteikumiem;
- 2) pašvaldību nodevas, kuras tiek uzliktas saskaņā ar pašvaldību domes noteikumiem.

Valsts nodevas ir obligāts maksājums valsts budžetā vai likumā noteiktajos gadījumos pašvaldības budžetā kā atlīdzība par nodrošinājumu, ko valsts institūcijas devušas uzņēmējdarbībai, vai par sniegtiem pakalpojumiem, kā arī likumos paredzētiem speciāliem mērķiem (ceļu, ostu un sakaru sistēmas uzturēšanai un attīstībai, iedzīvotāju un dabas ekoloģiskajai aizsargāšanai, teritorijas labiekārtošanai un citiem mērķiem)

Valsts nodevas iedala

1. Valsts nodevas, kuras uzliek tikai saskaņā ar likumiem.
2. Valsts nodevas, kuras maksājamas par konkrētiem juridiskajiem un citiem pakalpojumiem.

5.2. tabulā apkopotas valsts nodevas, kuras uzliek tikai saskaņā ar likumiem, un tām atbilstošie likumi.

5.2. tabula

Nr. p. k.	Valsts nodevas nosaukums	Likums par nodevas uzlikšanu
1.	Transportlīdzekļu ikgadējā nodeva	Likums "Par transportlīdzekļu ikgadējo nodevu"
2.	Izložu un azartspēļu nodeva	Likums "Par izložu un azartspēļu nodevu un nodokli"
3.	Nodevas par darbības veikšanu tiesu iestādēs	Civilprocesa likums
4.	Nodeva par uzvārda, vārda un tautības ieraksta maiņu personu apliecinošos dokumentos	Likums "Par vārda, uzvārda un tautības ieraksta maiņu"
5.	Nodeva par zemes rezervēšanu lauku apvidos	Likums "Par zemes reformu Latvijas Republikas lauku apvidos"
6.	Nodevas par apliecinājumiem un citu funkciju pildīšanu bāriņtiesām un pagasttiesām	Likums "Par bāriņtiesām un pagasttiesām"

Valsts nodevas, kuras maksājamas par juridiskajiem un citiem pakalpojumiem:

- par notariālo darbību izpildi;
- par civilstāvokļa aktu reģistrēšanu, grozīšanu un papildināšanu;
- par izdevējdarbības un masu informācijas līdzekļu reģistrēšanu;
- par uzņēmējdarbības reģistrēšanu, kā arī par ierakstu izdarīšanu Komercreģistrā un dibināšanas dokumentu grozījumu reģistrēšanu;
- par informācijas sniegšanu no Uzņēmumu reģistra;
- par informācijas sniegšanu no Iedzīvotāju reģistra;
- par sabiedrisko organizāciju un to apvienību, reliģisko organizāciju un to iestāžu, kā arī arodbiedrību reģistrāciju;
- par speciālu atļauju (licenču) izsniegšanu atsevišķu uzņēmējdarbības veidu veikšanai;
- par operācijām ar vekseliem;
- par operācijām ar sertifikātiem;
- par uzturēšanās atļauju izsniegšanu un ar to saistītajiem pakalpojumiem;
- par Latvijas Republikas ieceļošanas vīzu izsniegšanu un ar to saistītajiem pakalpojumiem;
- par Latvijas Republikas pasu un citu personu apliecinošu un tiesību apliecinošu dokumentu izsniegšanu;
- par deklarētās dzīvesvietas reģistrāciju;
- par selekcionāru tiesību aizsardzību;
- par rūpnieciskā īpašuma (izgudrojumu, preču zīmju, dizainparaugu un cita rūpnieciskā īpašuma) aizsardzību;
- par naturalizācijas iesniegumu iesniegšanu;
- par muitas iestāžu pakalpojumiem;
- par komercķīlas reģistrāciju, komercķīlas pārjaunojuma, grozījumu un dzēšanas reģistrāciju;
- par īpašuma tiesību un ķīlas tiesību nostiprināšanu Zemesgrāmatā;
- par vērtspapīru reģistrāciju un laišanu publiskajā apgrozībā;

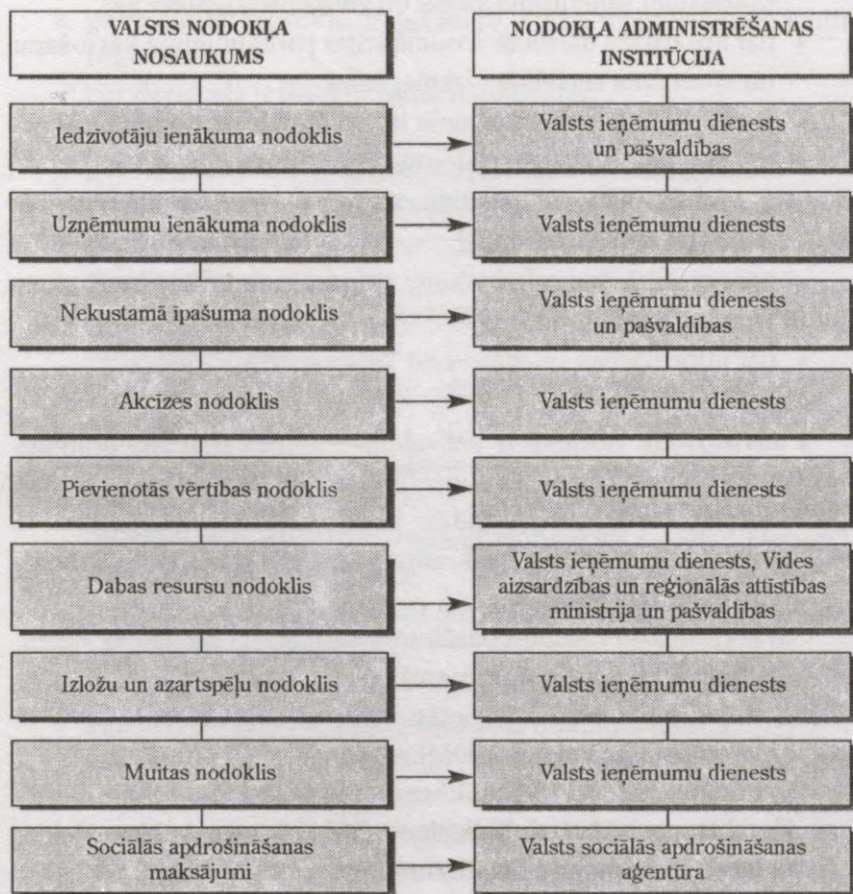
- par brīvprakses sertifikātu reģistrāciju;
- par sabiedrisko pakalpojumu regulēšanu;
- par naftas ieguvī;
- par visu veidu šaujamoču un speciālo līdzekļu atļauju izsniegšanu un to termiņa pagarināšanu;
- par iekšējās drošības dienesta reģistrāciju;
- par azartspēļu iekārtu marķēšanu;
- par transportlīdzekļu, gaisa kuģu, kuģu, mazo kuģu un jahtu reģistrāciju;
- par dzelzceļa infrastruktūras reģistrāciju;
- par pasažieru izlidošanu;
- par dārgmetālu izstrādājumu provēšanu un zīmogošanu;
- par dārgakmeņu provēšanu un kvalitātes apliecināšanu;
- par dārgmetālu izstrādājumu izgatavotāja personiskā zīmoga reģistrāciju;
- par filmu ražotāju un izplatītāju, filmu izplatīšanas vietu un filmu reģistrāciju;
- par izziņu izsniegšanu par nekustamo īpašumu piederību un sastāvu;
- par dokumentu īstuma apliecināšanu;
- par atļaujas izsniegšanu veikt darbības (kuras nav uzņēmējdarbība) ar jonizējošā starojuma avotiem vai arī iegūt īpašumā jonizējošā starojuma avotu;
- par valsts valodas prasmes atestāciju profesionālo un amata pienākumu veikšanai;
- par atteikšanos no Latvijas pilsonības dokumentēšanu;
- par Latvijas pilsonības atjaunošanas dokumentēšanu;
- par sertifikāta izsniegšanu un darbības laika pagarināšanu detektīvdarbības veikšanai;
- par mēslošanas līdzekļu reģistrāciju;
- par informācijas sniegšanu no Sodu reģistra;
- par ārvalstu komersantu pārstāvniecību un ārvalstu organizāciju pārstāvniecību reģistrāciju;

- par laulāto mantisko attiecību reģistrāciju;
- par nodrošinājumu darbinieku prasījumu apmierināšanai no darbinieku prasījumu garantiju fonda līdzekļiem un citiem likumā paredzētiem speciāliem mērķiem (uzņēmējdarbības riska valsts nodeva);
- par būvprojektēšanai nepieciešamo tehnisko un īpašo noteikumu saņemšanu valsts un pašvaldību institūcijās;
- par apsardzes darbības kvalifikācijas pārbaudījuma kārtošanu un apsardzes sertifikāta izsniegšanu;
- par medību atļauju un atļauju izvest medību trofejas no LR;
- par personas datu apstrādes sistēmas reģistrēšanu;
- par fizisko personu datu aizsardzības likumā noteikto reģistrējamo izmaiņu izdarišanu;
- par sertifikācijas pakalpojumu sniedzēja akreditāciju un akreditācijas atjaunošanu;
- par informācijas sniegšanu no Valsts adrešu reģistra.

Pašvaldības nodeva ir pašvaldības domes noteikts obligāts maksājums pašvaldības pamatbudžetā vai speciālajā budžetā. Pilsētas domes un pagasta domes pašvaldību iespējamie nodevu objekti:

- 1) pašvaldības domes (padomes) izsniegtie oficiālie dokumenti un apliecinātās kopijas;
- 2) izklaidējoša rakstura pasākumu sarīkošana publiskās vietās;
- 3) atpūtnieku un tūristu uzņemšana;
- 4) tirdzniecība publiskās vietās;
- 5) visu veidu dzīvnieku turēšana;
- 6) transportlīdzekļu iebraukšana īpaša režīma zonās;
- 7) reklāmas, afišu un sludinājumu izvietošana publiskās vietās;
- 8) laivu, motorlaivu un jahtu turēšana;
- 9) pašvaldību simbolikas izmantošana;
- 10) būvatļaujas saņemšana.

Nodokļu un nodevu administrācija ir Valsts ieņēmumu dienests, tā izveidotās institūcijas, pašvaldības domes ieceltas amatpersonas vai izveidotas iestādes, kā arī citas valsts institūcijas, ja tās paredzētas konkrētajos likumdošanas aktos. Nodokļu administrācijas tiesības nosaka likums "Par nodokļiem un nodevām", likums "Par valsts ieņēmumu dienestu" un citi likumi.



5.2. shēma. Nodokļu administrēšanas institūcijas

5.3. tabula. Nodokļu atskaišu veidi un iesniegšanas termiņi

Atskaite	Termiņš
PVN deklarācija (mēneša)	15 dienu laikā pēc taksācijas perioda
PVN deklarācija (gada)	Līdz nākamā gada 1. maijam
Ziņojums par valsts sociālās apdrošināšanas obligātajām iemaksām (mēneša) Ziņojums par iedzīvotāju ienākuma nodokli (mēneša)	1 dienas laikā pēc algu izmaksas
Ziņas par darba ņēmējiem	Līdz nākamā mēneša 5. datumam
Paziņojums par algas nodokli par gadu	Līdz nākamā gada februārim
Atskaite par stingrās uzskaites veidlapu "Preču pavadzīmes-rēķins" izlietojumu (ceturkšņa)	15 dienu laikā pēc ceturkšņa beigām
Atskaite par dabas resursu nodokli (ceturkšņa)	20 dienu laikā pēc ceturkšņa beigām
Uzņēmuma ienākuma deklarācija (gada)	Gada pārskata sastāvā, līdz nākamā gada 1. martam vai 30. aprīlim
Nekustamā īpašuma nodokļa atskaite un deklarācija (gada)	Līdz nākamā gada 1. februārim
Atskaite par darījumiem skaidrā naudā (mēneša)	15 dienu laikā pēc atskaites mēneša

5.1.2. Nodokļu likumdošanas pārkāpumi

Likums "Par nodokļiem un nodevām" paredz arī atbildību par nodokļu likumu pārkāpšanu.

Pamatparāda palielinājuma naudas un nokavējuma naudas aprēķināšana

Nodokļu, kā arī citu budžetā ieskaitāmo nokavēto maksājumu (arī soda naudu) summa (pamatparāds) tiek palielināta atbilstoši

Latvijas Bankas noteiktajai refinansēšanas likmei kavējuma periodā. Refinansēšanas likme ir Latvijas Bankas noteiktā īstermiņa likme kredītiem, kurus tā izsniedz komercbankām. Par nodokļu maksājumu nokavējumu no maksātāja tiek piedzīta nokavējuma nauda — 0,05% no laikā nenomaksātā parāda par katru dienu. Nokavējuma naudas aprēķināšana tiek pārtraukta, ja summa, par kādu palielinās pamatparāds, sasniedz pamatparāda apmērus.

Nodokļu maksātājiem, kuriem ir neattaisnoti nokavēti maksājumi par pārskata gadu, nav tiesību saņemt nodokļu atvieglojumus, izdarīt ziedojumus un dāvinājumus.

Skaidrās naudas ierobežojumi uzņēmumu savstarpējos norēķinos

Uzņēmumiem ik mēnesi jādeklarē visi savstarpējie skaidrā naudā veiktie darījumi, kuri pārsniedz Ls 1000. Ja nav deklarēts darījums skaidrā naudā, kurš pārsniedz Ls 1000, tad paredzamā soda nauda ir 5% no darījuma summas, ja darījums pārsniedz Ls 3000, tad — 10% no darījuma summas.

Atbildība par nodokļu bāzes samazināšanu

Ja nodokļu maksātājs nodokļu administrācijai iesniegtajās deklarācijās vai nodokļu aprēķinos samazina nodokļu bāzi (ar nodokli apliekamo objektu) un no tās aprēķināto nodokļu summu, no viņa par labu budžetam piedzen nesamaksāto nodokļu summu un soda naudu tās apmērā, ja likumā nav paredzēts citādi.

Atbildība par deklarāciju neiesniegšanu, atkārtotu nodokļu summas samazināšanu

Ja nodokļu maksātājs noteiktajos termiņos nav iesniedzis nodokļu administrācijai likumos paredzētās deklarācijas vai nodokļu aprēķinus vai trīs gadu laikā atkārtoti pārkāpis nodokļu likumus, no nodokļu maksātāja piedzen nesamaksātā nodokļa summu un soda naudu šīs summas divkārsā apmērā.

Atbildība par neregistrētu uzņēmējdarbību un citiem nodokļu likumu pārkāpumiem

Ja fiziskā vai juridiskā persona, kas veic uzņēmējdarbību, neregistrējas kā nodokļu maksātājs vai 30 dienu laikā pēc noteiktā termiņa neiesniedz likumos paredzētās deklarācijas vai nodokļu aprēķinus, kā arī saimniecības un grāmatvedības dokumentus, bez kuriem nodokļu administrācijas ierēdņi nevar noteikt nodokļu bāzi, vai neatļauj nodokļu administrācijas ierēdnim ieiet nodokļu maksātāja telpās, ja šim ierēdnim ir tādas tiesības, tad

- 1) tiek piemērotas sankcijas kā deklarācijas neiesniegšanas gadījumā, bet, ja nav iespējams noteikt nodokļu lielumu, tad tos iekasē par iepriekšējo periodu aprēķināto nodokļu dubultā apjomā. Ja tādu nav bijis, nodokļu lielumu nosaka, vadoties pēc analogiem nodokļu maksātājiem;
- 2) pēc nodokļu administrācijas pieprasījuma;
 - tiek atsaukta nodokļu maksātājam izsniegtā atļauja veikt uzņēmējdarbību;
 - muitas iestādes aptur nodokļu maksātāja eksporta un importa operācijas;
 - bankas pārtrauc līdzekļu izsniegšanu un pārskaitījumus no nodokļu maksātāju konta;
- 3) tiek piemēroti citos likumdošanas aktos noteiktie sodi. Nodokļu administrācija ir tiesīga iesniegt materiālus attiecīgajā valsts institūcijā krimināllietas ierosināšanai.

LR Valsts ieņēmumu dienestam (vai citai institūcijai, kas administrē konkrētu nodokli) ir tiesības triju gadu laikā pēc katra nodokļa maksāšanas termiņa beigām pārbaudīt nodokļa maksātāju un pārrēķināt nodokļus, kā arī pieprasīt nomaksāt soda naudu, ja atklāts maksājumu pārkāpums. Soda naudas lielums ir 100% (200% — ja trīs gadu laikā atkārtoti) no parāda summas. Tātad šajā gadījumā jāmaksā dubultā apmērā — nodokļa parāds un soda nauda.

Nodokļu maksātājs var izvairīties no iespējamās soda naudas, ja,

atklājot savu kļūdu, iesniedz atbilstošo nodokļu aprēķina precizējumu un piecu dienu laikā iemaksā budžetā attiecīgo nodokļa summas korekciju, kā arī pievieno radušos nokavējuma naudu. Vienīgi šāda rīcība katram nodokļu maksātājam ir atļauta vienu reizi gadā.

Atbildība

par smagiem nodokļu pārkāpumiem

Ja nodokļu maksātājs sistemātiski neiesniedz nodokļu administrācijai nodokļu likumos paredzētos pārskatus, deklarācijas vai nodokļu aprēķinus un tai nav informācijas par šā nodokļu maksātāja darbību vai tas ļaunprātīgi izvairās no nodokļu un nodevu maksāšanas, pēc nodokļu administrācijas priekšlikuma konkrētais uzņēmums tiek izslēgts no Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra. LR likumdošana paredz arī administratīvos sodus vai pat saukšanu pie kriminālatbildības.

Latvijā, tāpat kā daudzās citās valstīs, nodokļi ir salīdzinoši augsti. Ja nodokļi ir augsti, tad tiek atrasti arī paņēmieni, kā šos nodokļus nemaksāt. Tādēļ uzņēmēji reģistrē savus uzņēmumus valstīs ar zemiem nodokļiem vai arī vispār bez tiem, tā saucamajā beznodokļu zonā. Šāda darbība pasaulē ir plaši izplatīta. Reģistrējot firmu beznodokļu zonā, jāmaksā valsts nodeva, kas ir salīdzinoši neliela.

Taču bez nodokļiem neiztiek neviena valsts, bet gan darba devējam, gan darba ņēmējam ir tiesības prasīt, lai nodokļu sistēma būtu taisnīga. Tai jābūt tādai, lai sekmētu uzņēmējdarbību, jaunu darba vietu radīšanu un bez iespējām izvairīties no nodokļu maksāšanas. Latvijā nodokļu likumdošana tiek nemitīgi pilnveidota. Daudzi jaunizstrādātie nodokļu likumi satur normas, kas mazina iespēju nemaksāt nodokļus, piemēram, pensijas lieluma atkarība no sociālās apdrošināšanas maksājumiem.

Ir jāatceras, ka nodokļu sistēma pastāv, lai sagādātu valdībai un pašvaldībām ieņēmumus, kurus izlieto sabiedrības kopīgo mērķu sasniegšanai. Tas uzliek arī zināmu morālo pienākumu nodokļu maksātājiem.

5.2. NODOKĻU VEIDI

5.2.1. Iedzīvotāju ienākuma nodoklis

Likums "Par iedzīvotāju ienākuma nodokli" stājās spēkā 11.05.1993.

Iedzīvotāju ienākuma nodoklis ir tiešais nodoklis, ar ko apliek fiziskās personas gūtos ienākumus, un tas sastāv no

- algas nodokļa — to darba devējs aprēķina un maksā par darba ņēmēja gūtajiem ienākumiem;
- patentmaksas — tas ir pašvaldības noteikts avansa maksājums par atsevišķu veidu saimnieciskās darbības veikšanu;
- nodokļa par ienākumiem no saimnieciskās darbības, ja par to nav maksāts uzņēmuma ienākuma nodoklis.
- nodokļa no citiem ienākuma avotiem.

Nodoklis tiek aprēķināts un iemaksāts budžetā divējādā kārtībā:

- avansā — algas nodokļa, patentmaksas vai pašnodarbinātā avansa maksājumu veidā;
- rezumējošā kārtībā — sastādot gada ienākuma deklarāciju.

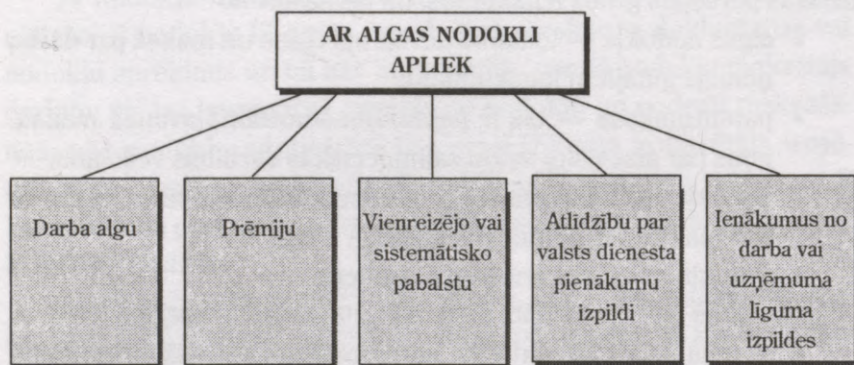
Nodokļa ieturēšanu un maksāšanu (pārskaitīšanu budžetā) parasti veic darba devējs, kas nodarbina darba ņēmēju — nodokļu maksātāju.

- fiziskās personas — iekšzemes nodokļa maksātāji — rezidenti, kas taksācijas periodā (kalendārajā gadā) ir guvuši ienākumus Latvijas Republikā un/vai ārvalstīs;
- fiziskās personas — ārvalstu nodokļu maksātāji — nerezidenti, kas taksācijas periodā ir guvuši ienākumus Latvijas Republikā;
- fiziskās personas — individuālo uzņēmumu, arī zemnieku un zvejnieku saimniecību īpašnieki, kas taksācijas periodā (kalendārajā gadā) ir guvuši ienākumus, kuri nav aplikti ar uzņēmumu ienākuma nodokli.

Nodokļa likme un apliekamais ienākums

Iedzīvotāju ienākuma nodokļa likme ir 25%. Nodokļa maksājumus var veikt gan avansa veidā (piemēram, kā algas nodokli), gan rezumējošā kārtībā (piemēram, par autoratlīdzību).

Nodokļu maksātāja gada apliekamo ienākumu veido ienākumi, par kuriem ir jāmaksā algas nodoklis, un pārējie fiziskās personas ienākumi.



5.3. shēma. Ar algas nodokli apliekamie ienākumi

Pārējie fiziskās personas ienākumi, no kuriem jāmaksā nodoklis, ir šādi.

1. Ienākumi no individuālā darba liguma.
2. Ienākumi no uzņēmuma liguma.
3. Ienākumi no individuālā uzņēmuma, arī no zemnieku vai zvejnieku saimniecības, ja tie nav uzņēmumu ienākuma nodokļa objekts.
4. Ienākumi no ligumsabiedrības/personālsabiedrības.
5. Ienākumi, ko darbinieki saņem uzņēmējsabiedrības, uzņēmuma (iestādes, organizācijas) likvidācijas vai reorganizācijas gadījumā.

6. Ienākumi no nekustamā īpašuma (ēku, dzīvokļu, zemes) iznomāšanas vai izīrēšanas.
7. Ienākumi no lietas (zemes, telpas) nodošanas tālāk apakšnomniekam vai apakšīrniekam.
8. Ienākumi no kustamās mantas iznomāšanas.
9. Ienākumi no intelektuālā īpašuma un tiesībām uz to (autorapliecība, zinātnes, literatūras un mākslas darbi, atklājumi utt.).
10. Citi ienākumi, kas nav minēti ar nodokli neapliekamo ienākumu veidos. (Sīkāk skatīt likuma 8. pantu.)

Svarīgākie ienākumu veidi, kuri netiek ietverti gada apliekamajā ienākumā un netiek aplikti ar nodokli.

1. Personiskās palīgsaimniecības, piemājas saimniecības un zemnieku saimniecības ienākumi no lauksaimnieciskās ražošanas (augkopība, lopkopība, iekšējo ūdeņu zivsaimniecības, dārzkopības produkcijas ražošana), ja tie nepārsniedz Ls 3000 gadā.
2. No uzņēmējdarbības ienākuma izmaksātās dividendes, ja par šo ienākumu ir nomaksāts uzņēmuma ienākuma nodoklis, individuālā uzņēmuma īpašnieka ienākumi no tā uzņēmuma ienākuma, par kuru samaksāts uzņēmuma ienākuma nodoklis.
3. Ienākumi no noguldījumiem un depozītiem kredītiestādēs.
4. Apdrošināšanas atlīdzības, kuru apdrošinātā interesēs slēdzis darba devējs, izņemot apdrošināšanas atlīdzības, kas izmaksātas pēc dzīvības, veselības un negadījuma apdrošināšanas līguma.
5. Kompensācijas izmaksas, izņemot kompensācijas par neizmantoto atvaļinājumu.
6. Atlīdzība par kaitējumu darbspēju zaudējuma gadījumā, kā arī apgādnieka zaudējuma sakarā.
7. Bēru pabalsts, kura vērtība nepārsniedz 150 latu.
8. Pabalsti, kas izmaksāti no budžeta fondiem, un atlīdzība par aizbildņa pienākumu pildīšanu.
9. Uzturnauda (alimenti).
10. Ienākumi no sava īpašuma pārdošanas, izņemot ienākumus no

- pārdošanai izgatavoto vai iegādāto izstrādājumu pārdošanas;
- tāda nekustama īpašuma pārdošanas, kas ir bijuši personas īpašumā mazāk par 12 mēnešiem;
- fiziskas personas īpašumā esoša augoša meža pārdošanas izciršanai.

11. Citi ienākumi.

(Sikāk skatīt likuma 9. pantu.)

Ierobežojumi darba devējam un darbiniekam

Darba devējam ir aizliegts nodarbināt personas, kas

- neiesniedz algas nodokļa grāmatiņu;
- neuzrāda nodokļu maksātāja reģistrācijas apliecību;
- neuzrāda termiņuzturēšanās atļauju, kas izdota likumdošanas aktos noteiktajā kārtībā un dod tiesības strādāt algotu darbu Latvijas Republikā

Minētie ierobežojumi neattiecas uz steidzamu, īslaicīgu, vienreizēju darbu pildīšanu, par kuriem norēķins tiek izdarīts tūlīt pēc darba izpildes. Šādā veidā vienu personu drīkst nodarbināt ne vairāk kā 43 stundas mēnesī vai 10 stundas nedēļā.

Algas nodokļa grāmatiņa

Katram Latvijas Republikas pastāvīgajam iedzīvotājam var būt tikai viena algas nodokļa grāmatiņa, kuru izsniedz nodokļu inspekcija vai pašvaldība pēc viņa dzīvesvietas.

Grāmatiņai nav derīguma termiņa ierobežojuma. Grāmatiņa jāiesniedz pamatdarba vietā, sākot darba attiecības. Beidzoties darba attiecībām, uzņēmums atdod algas nodokļu grāmatiņu ienākuma guvējam.

Ja fiziskā persona saņem kādus ar nodokli apliekamus ienākumus kā pašnodarbinātā persona (piemēram, zemnieku saimniecību īpaš-

nieki; zemes iznomātāji, namīpašnieki; privātprakses ārsti, advokāti, notāri, zvērināti revidenti; mākslinieki, rakstnieki, jebkuru citu līgumdarbu izpildītāji), tad šai personai jāreģistrējas savas dzīvesvietas Valsts ieņēmumu dienestā 10 dienu laikā no dienas, kad iegūts pašnodarbinātā statuss, ko apliecina noteikts dokuments, piemēram, zemnieku saimniecības īpašniekam — izsniegtā reģistrācijas apliecība, privātprakses ārstam — ārsta sertifikāta un ārsta prakses reģistrācijas apliecība, uzņēmuma līguma vai darba (papilddarba) līguma slēdzējam — uzņēmuma vai darba līgums.

Pamatdarba vietā (vieta, kurā iesniegta nodokļu grāmatiņa) ar algas nodokli **apliekamais ienākums** ir gada (mēneša) ieņēmums, atskaitot neapliekamo minimumu, izdevumus un atvieglojumu summas.

Pašnodarbinātajiem ar ienākumu nodokli **apliekamais ienākums** ir viņu gada (mēneša) ieņēmums, atskaitot izdevumus un papildu atvieglojumus (sakarā ar invaliditāti, politiski represētās personas statusu).

Nodokļu maksātāja **neapliekamo minimumu** nosaka Ministru kabinets, kopš 1997. gada 1. janvāra tā lielums ir 21,00 Ls/mēnesī. Neapliekamais minimums ir spēkā tikai tajā (vienā) ienākumu gūšanas vietā, kur ir iesniegta algas nodokļu grāmatiņa.

Attaisnotie **izdevumi** (šā likuma izpratnē) ir:

- veiktie sociālās apdrošināšanas maksājumi;
- izdevumi kvalifikācijas paaugstināšanai, specialitātes un izglītības iegūšanai, par medicīnas un ārstniecisko pakalpojumu izmantošanu;
- ziedojumu vai dāvinājumu summas, ja tās nepārsniedz 20% no apliekamā ienākuma minimuma;
- izdevumi, kas saistīti ar radošā darba īstenošanu;
- izdevumi uzņēmuma līguma izpildīšanai.

Noteikto **atvieglojumu** apjoms ir puse no maksātāja gada neapliekamā minimuma, tas ir 10,50 Ls/mēnesī par katru apgādājamo **vienam no apgādniekiem**. Šī informācija ir fiksējama nodokļu

maksātāja, t. i., apgādātāja algas nodokļa grāmatiņā — tātad atvieglojumi par apgādājamiem nav piemērojami papilddarba vietās. Par apgādājamiem (šī likuma izpratnē) tiek uzskatīti

- nepilngadīgi bērni;
- bērni, kamēr viņi turpina vispārējās un speciālās izglītības iegūšanu, bet ne ilgāk kā līdz 24 gadu sasniegšanai;
- nestrādājošs laulātais;
- nestrādājoši vecāki un vecvecāki;
- mazbērni vai audzināšanā pieņemti bērni, ja no vecākiem nav iespējams piedzīt uzturnaudu (alimentus);
- brāļi, māsas, kas jaunāki par 18 gadiem, ja viņiem nav darbspējīgu vecāku;
- apgādībā esošu personu apgādājамie;
- personas, kuru labā pēc tiesas sprieduma no maksātāja tiek piedzīta uzturnauda (alimentu);
- maksātāja aizbildnībā vai aizgādībā esošas personas.

Papildu atvieglojumi paredzēti

- I vai II grupas invalīdiem — gada (mēneša) neapliekamā minimuma apjomā;
- III grupas invalīdiem — divu trešdaļu apjomā no gada (mēneša) neapliekamā minimuma;
- politiski represētajām personām — gada neapliekamā minimuma apmērā.

P i e m ē r s

Darbinieka alga pamatdarba vietā ir 160 Ls/mēnesī, viņam ir trīs apgādājамie. Darbiniekam nav citu darba vietu; viņam nav citu attaisnotu izdevumu, izņemot sociālās apdrošināšanas maksājumus; viņš nav invalīds, nav politiski represētā persona. Jāaprēķina iedzīvotāja ienākuma nodoklis.

Vispirms aprēķināsim sociālās apdrošināšanas maksājumus (sīkāk par sociālo nodokli 5.2.2. nodaļā), ko neapliek ar iedzīvotāju

ienākuma nodokli. Pieņemsim, ka šā maksājuma lielums ir 9% jeb 9% no Ls 160 = 14,40 Ls/mēnesī.

Tātad ar ienākuma nodokli neapliek

- | | |
|---|----------|
| • sociālās apdrošināšanas maksājumus | Ls 14,40 |
| • neapliekamo minimumu | Ls 21,00 |
| • atvieglojumus par trim apgādājamajiem (3 × 10,50) | Ls 31,50 |
| • kopā | Ls 66,90 |

Ar iedzīvotāju ienākuma nodokli apliekamā summa ir

$$160,00 - 66,90 = 93,10 \text{ Ls/mēnesī.}$$

Nodokli aprēķina, noapaļojot ar nodokli apliekamo summu uz veseliem latiem, tātad nodokļa lielums ir 25% no 93,00 = 23,25 Ls/mēnesī.

Darbinieks *uz rokas* saņems

$$160,00 - 14,40 - 23,25 = 122,35 \text{ Ls/mēnesī.}$$

Algas nodoklis iemaksājams budžetā reizi mēnesī, kad bankā tiek saņemta nauda iedzīvotāju ienākuma izmaksai. Darba devēji, kas iedzīvotāju ienākumus izmaksā no kases ieņēmumiem, saņemot naudu bankā, iemaksā algas nodokli budžetā nākamajā dienā pēc algas izmaksas.

Maksātāji, kuri saņem patentu individuālā darba veikšanai, līdz patenta saņemšanai samaksā patentmaksu, kas ir ienākuma nodokļa avansa maksājums.

Nodokļa aprēķināšanu un iemaksāšanu budžetā **rezumējošā kārtībā** veic maksātājs. Nodokļa maksātājam ir tiesības uz attaisnoto izdevumu (noteiktu ierobežotu summu apjomā sev un apgādājamajiem ģimenes locekļiem) un atvieglojumu izslēgšanu no apliekamā ienākuma, uzrādot attiecīgus dokumentus vai iesniedzot to norakstus. Nodokļa maksātāja dokumenti, kas apstiprina attaisnotos izdevumus, attiecas tikai uz taksācijas periodu (kalendāro gadu).

Pašnodarbinātajiem ienākumi un izdevumi tiek noteikti Latvijas Republikas naudas vienībās. Ienākumi un izdevumi ārvalstu valūtā tiek pārrēķināti pēc Latvijas Bankas noteiktā oficiālā kursa, kas ir bijis

spēkā ienākuma gūšanas vai izdevumu izdarīšanas dienā. Natūrā (mantiskā) izteiksmē un pakalpojumu veidā gūtie ienākumi un izdarītie izdevumi tiek novērtēti naudas izteiksmē pēc tirgus cenām, kādas ir bijušas spēkā ienākuma gūšanas vai izdevumu izdarīšanas dienā.

Nodoklis tiek aprēķināts par gada apliekamā ienākuma kopējo apjomu, un tas tiek atspoguļots deklarācijā.

Gada ienākumu deklarācija obligāti ir iesniedzama tām personām, kuras

- ir veikušas saimniecisko darbību;
- ir guvušas ienākumus ārvalstīs;
- ir guvušas tādus ar nodokli neapliekamus ienākumus, kuru apmērs pārsniedz četrkārtotu neapliekamo gada minimumu (2001. gadā — Ls 1008 jeb $4 \times 21,00 \text{ Ls/mēnesī} \times 12 \text{ mēneši}$).

Deklarācijā tiek uzrādīti visi maksātāja taksācijas periodā (kalendārājā gadā) gūtie ienākumi, arī ar nodokli neapliekamie ienākumi.

Ja rezumējošā kārtībā aprēķinātā summa pēc pārbaudes izrādās mazāka par avansā samaksāto (piem., sakarā ar attaisnotajiem izdevumiem), nodokļu inspekcija triju mēnešu laikā no deklarācijas iesniegšanas dienas atmaksā maksātājam radušos starpību. Deklarācija ar tai pievienotajiem dokumentiem, kas apliecina nodokļa iemaksāšanu budžetā, iesniedzama nodokļu inspekcijai pēc maksātāja dzīvesvietas ne vēlāk kā taksācijas gadam sekojošā gada 1. aprīlī.

Deklarācijai ir pievienojami vai reizē ar to uzrādāmi un, ja nepieciešams, iesniedzami dokumenti, kas apliecina

- maksātāja tiesības uz atvieglojumiem;
- taksācijas gada laikā izdarītos attaisnotos izdevumus;
- algas nodokļa avansu, patentmaksu vai pašnodarbinātā ienākuma nodokļa avansa maksājumus.
- Ja maksātājs taksācijas gada laikā ir mainījis dzīvesvietu, deklarācija jāiesniedz (vai jānosūta pa pastu) nodokļu inspekcijai pēc iepriekšējās dzīvesvietas.

Visas Latvijas Republikā pastāvīgi dzīvojošas personas, kas gūst ienākumus, tiek reģistrētas ienākuma nodokļa maksātāju reģistrā un tām tiek piešķirts nodokļa maksātāja kods, kas sastāv no personas koda un maksātāja dzīvesvietas koda.

5.2.2. Sociālā apdrošināšana

Likums "Par valsts sociālo apdrošināšanu" stājās spēkā 1998. gada 1. janvārī, nomainot likumu "Par sociālo nodokli".

Sociālā apdrošināšana ir pasākumu kopums, ko organizē valsts, lai apdrošinātu risku zaudēt ienākumu sakarā ar slimību, invaliditāti, maternitāti, bezdarbu, vecumu, nelaimes gadījumu darbā vai saslimšanu ar arodslimību



Likumā paredzēti šādi valsts sociālās apdrošināšanas veidi.

1. Valsts pensiju apdrošināšana (turpmāk — pensiju apdrošināšana).
2. Sociālā apdrošināšana bezdarba gadījumam (turpmāk — apdrošināšana pret bezdarbu).
3. Sociālā apdrošināšanas pret nelaimes gadījumiem darbā un arodslimībām (turpmāk — darba negadījumu apdrošināšana).
4. Invaliditātes apdrošināšana.
5. Maternitātes un slimības apdrošināšana.

Sociālās apdrošināšanas iemaksu veikšanai un sociālās apdrošināšanas pakalpojumu finansēšanai tiek izmantoti šādi speciālie budžeti.

1. Valsts pensiju speciālais budžets.

Tā līdzekļus veido

- obligātās iemaksas pensiju apdrošināšanai;

- brīvprātīgās iemaksas pensiju apdrošināšanai;
- dividendes no šiem budžetiem nodotajām kapitāla daļām;
- citi ieņēmumi.

No šī budžeta drikst finansēt sociālās apdrošināšanas pakalpojumus tikai saskaņā ar likumu "Par valsts pensijām", izņemot invaliditātes pensiju, un segt administrēšanas izdevumus.

2. Nodarbinātības speciālais budžets.

Tā līdzekļus veido

- obligātās iemaksas apdrošināšanai pret bezdarbu;
- citi ieņēmumi.

No šī budžeta drikst finansēt sociālās apdrošināšanas pakalpojumus tikai saskaņā ar likumu "Par apdrošināšanu bezdarba gadījumam" un segt budžeta administrēšanas izdevumus.

3. Darba negadījumu speciālais budžets.

Tā līdzekļus veido

- obligātās iemaksas darba negadījumu apdrošināšanai;
- citi ieņēmumi.

No šī budžeta drikst finansēt sociālās apdrošināšanas pakalpojumus tikai saskaņā ar likumu "Par obligāto sociālo apdrošināšanu pret nelaimes gadījumiem darbā un arodslimībām" un segt budžeta administrēšanas izdevumus.

4. Invaliditātes, maternitātes un slimības speciālais budžets.

Tā līdzekļus veido

- obligātās iemaksas invaliditātes apdrošināšanai;
- obligātās iemaksas maternitātes un slimības apdrošināšanai;
- citi ieņēmumi.

No šī budžeta drikst finansēt sociālās apdrošināšanas pakalpojumus saskaņā ar likumu "Par maternitātes un slimības pabalstiem", kā arī invaliditātes pensijas un segt budžeta administrēšanas izdevumus.

Speciālo budžetu **rīkotājs** ir bezpeļņas organizācija — valsts akciju sabiedrība "Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūra". Tās dar-

bību kontrolē Ministru kabineta iecelta padome. Aģentūras padomes priekšsēdētājs ir labklājības ministrs, kas arī ir valsts padomnieks aģentūrā. Jebkura persona var pārsūdzēt tiesā pretlikumīgus aģentūras lēmumus.

Sociāli apdrošinātas personas

Sociālajai apdrošināšanai obligāti ir pakļauti visi 15 gadu vecumu sasniegušie:

- darba ņēmēji, ko nodarbina darba devēji — iekšzemes nodokļu maksātāji (visos sociālās apdrošināšanas veidos);
- iekšzemes darbinieki, ko nodarbina darba devēji — ārvalstnieki (pensiju, pret bezdarbu, invaliditātes, maternitātes un slimības apdrošināšana);
- darbinieki — ārvalstnieki, ko nodarbina darba devēji — ārvalstu nodokļu maksātāji, ja šī persona uzturas Latvijas Republikā 183 dienas vai ilgāk jebkurā 12 mēnešu periodā, kas sākas vai beidzas taksācijas gadā (pensiju, invaliditātes, maternitātes un slimības apdrošināšana);
- pašnodarbinātie, respektīvi, līgumdarbu izpildītāji, kulta kalpotāji, zvērinātie notāri, advokāti un revidenti, personas, kas saņem autoratlīdzību, un citi (pensiju, invaliditātes, maternitātes un slimības apdrošināšana);
- aktīvā militārā dienesta karavīri un alternatīvā dienesta veicēji (pensiju apdrošināšana un apdrošināšana pret bezdarbu);
- personas, kuras kopj bērnu līdz viņa pusotra gada vecumam (pensiju apdrošināšana, pret bezdarbu);
- bezdarbnieki (pensiju apdrošināšana);
- nestrādājošie invalīdi (pensiju apdrošināšana);
- personas, kuras saņem maternitātes vai slimības pabalstu (pensiju apdrošināšana);

- personas, kuras saņem slimības pabalstu (pret bezdarbu);
- fiziskās personas, kuras apsaimnieko nekustamo īpašumu un ir reģistrējušās kā saimnieciskajā darbībā gūtā ienākuma nodokļu maksātājas (pensiju, invaliditātes apdrošināšana).
- Ja sociāli apdrošināmā persona ir I vai II grupas invalīds vai arī ir sasniegusi vecumu, kas dod tiesības uz valsts vecuma pensiju, tad piemērojamie apdrošināšanas veidi mazliet atšķiras no iepriekš minētā. Sīkāk skatīt likuma 6. pantu.

Jebkura persona, kas **nav** pakļauta obligātajai apdrošināšanai un ir sasniegusi 15 gadu vecumu, *brīvprātīgi var pievienoties pensiju apdrošināšanai.*

Sociālajai apdrošināšanai pakļauto personu reģistrēšanas kārtību nosaka Ministru kabinets.

Dabinieku (un arī darba devēju) obligāto iemaksu **objekts** ir visi algotā darbā gūtie ienākumi:

- darba alga;
- prēmijas;
- vienreizēja vai sistemātiska atlīdzība;
- atlīdzība par valsts dienesta pienākumu izpildi;
- ienākumi no līgumdarbu izpildes.

Ministru kabinets nosaka

1. Obligāto iemaksu apjomu.
2. Pašnodarbināto obligāto iemaksu objektu, maksājumu minimālo un maksimālo apjomu.
3. Brīvprātīgo apdrošināšanas iemaksu objektu, maksājumu minimālo un maksimālo apjomu (šos jautājumus sīkāk neaplūkosi, jo uz tēmu *Nodokļi* ir attiecināmi obligātie maksājumi).

Obligāto iemaksu likmes sadalījumu pa sociālās apdrošināšanas veidiem katram gadam nosaka Ministru kabinets.

Piemēram, 2002. gadā obligāto iemaksu likmes bija šādas (procentos no iemaksu objekta). Iekavās norādītās likmes attiecināmas uz I vai II grupas invalīdiem vai personām, kuras sasniegušas vecumu, kas dod tiesības uz valsts vecuma pensiju.

Apdrošināšana visos tās veidos:	35,09% (28,56%)
• tajā skaitā darbinieka maksājumi	9,00% (7,32%)
• darba devēja maksājumi	26,09% (21,24%)
Valsts pensiju apdrošināšana	27,10% (27,10%)
Sociālā apdrošināšana bezdarba gadījumam	1,90%
Sociālā apdrošināšana pret nelaimes gadījumiem darbā un arodslimībām	0,09% (0,09%)
Invaliditātes apdrošināšana	3,76% (-)
Maternitātes un slimības apdrošināšana	2,24% (1,37%)

Pašnodarbinātajai personai sociālās iemaksas obligāti ir jāveic tikai tad, ja viņas ienākumi sasniedz noteiktu apmēru, ko katru gadu nosaka Ministru kabinets. Piemēram, 2002. gadā šī ienākumu robeža bija Ls 40 mēnesī jeb Ls 480 gadā. Tātad, ja mēneša ienākums ir bijis 30 latu un tajā kalendārājā gadā, ieskaitot arī citu iepriekšējo mēnešu laikā iegūto ienākumu summa nav sasniegusi Ls 480, tad par šo periodu drīkst nemaksāt nekādus sociālās apdrošināšanas maksājumus.

Jau minējām, ka pašnodarbinātie ir apdrošināmi trijos veidos — pensiju, invaliditātes, maternitātes un slimības gadījumiem, tātad iemaksu likme tiek noteikta obligātā kārtā. Piemēram, 2002. gadā pašnodarbinātajiem tās lielums bija 32,27% no iemaksu objekta. Toties sociālās apdrošināšanas maksājumu objektu (ienākumu) un no tā izrietošo maksājumu lielumu pašnodarbinātais izvēlas pats brīvprātīgi.

Ministru kabinets ierobežo vienīgi sociālās apdrošināšanas maksājumu objekta maksimālo lielumu gadā.

Ja pašnodarbinātais gūst ienākumus no vairākiem tādiem avotiem, kas ir attiecināmi uz pašnodarbināto darbības veidiem, tad iemaksu objekts ir visu šo ienākumu summa.

No 2001. gada mūsu valstī tiek ieviesta pāreja no valsts obligātās t. s. nefondētās pensiju shēmas (to dēvē arī par 1. līmeni) uz valsts fondēto pensiju sistēmu (jeb 2. līmeni). Šī fondētā pensiju shēma paredz, ka daļa no iemaksām pensiju kontā tiks ieguldīta finanšu

tirgū, lai nestu līdzekļu pieaugumu un līdz ar to katram otrā līmeņa dalībniekam nodrošinātu lielāku pensijas apmēru. Piedalīšanās fondētājā pensiju sistēmā ir obligāta tiem, kas dzimuši 1971. gada 1. jūlijā un vēlāk. Pievienojoties pensiju 2. līmenim, sociālās apdrošināšanas iemaksu apjoms nepalielinās.

5.2.3. Uzņēmuma ienākuma nodoklis

LR likums "Par uzņēmuma ienākuma nodokli" stājās spēkā ar 1995. gada 1. aprīli. Uzņēmumu ienākuma nodoklis nomainīja kādreizējo peļņas nodokli.



Jebkura persona (fiziska, juridiska), kas gūst ienākumus, ir vai nu uzņēmuma ienākuma, vai arī iedzīvotāju ienākuma nodokļa maksātāja

Uzņēmuma ienākuma nodoklis ir tiešais nodoklis, un to maksā

- uzņēmumi,
- sabiedriskās un reliģiskās organizācijas,
- no valsts vai pašvaldību budžetiem finansētas institūcijas, kas gūst ienākumus no saimnieciskās darbības.

Uzņēmumu ienākuma nodokli *nemaksā*

- bezpeļņas organizācijas,
- tie valsts, pašvaldību uzņēmumi vai no budžeta (valsts, pašvaldību) finansētas institūcijas, kuru ienākumi no saimnieciskās darbības paredzēti speciālajos (valsts, pašvaldību) budžetos,
- privātie pensiju fondi,
- fiziskās personas, kuras maksā iedzīvotāju ienākuma nodokli,
- individuālie uzņēmumi (arī zemnieku un zvejnieku saimniecības), ja šo uzņēmumu īpašnieki maksā iedzīvotāju ienākuma nodokli arī par uzņēmuma ienākumiem,
- līgumsabiedrības, personālsabiedrības, ja katrs īpašnieks maksā attiecīgu iedzīvotāju ienākuma nodokli par viņam pienākošos peļņas daļu.

Ar uzņēmumu ienākuma nodokli **apliekamais objekts** ir taksācijas periodā (šajā gadījumā — kalendārajā gadā) iekšzemes uzņēmumu Latvijā un ārvalstīs gūtais apliekamais ienākums.

Nodokļa **likme** ir 25% no šī apliekamā ienākuma, ja piemēro šī nodokļa atlaides sakarā ar augstām tehnoloģijām. Savukārt visos citos gadījumos uzņēmumu ienākuma likme ir 22% (2002. gadā), 19% (2003. gadā) un 15% (2004. gadā un turpmāk).

Nodokli ietur arī no tādām summām, kuras iekšzemes uzņēmumi izmaksā ārvalstu uzņēmumiem vai ārvalstu fiziskām personām (ja no šiem maksājumiem nav ieturēts iedzīvotāju ienākuma nodoklis).

Šādi maksājumi varētu būt, piemēram, atlīdzība par konsultatīvajiem pakalpojumiem, dividendes, samaksa par autortiesībām vai to izmantošanu, samaksa par intelektuālo īpašumu u. c.

Tādos gadījumos *apliekamais objekts* ir šie ienākumi, un nodokļa *likmes* ir katrā gadījumā atšķirīgas (no 2% līdz 15%), (skatīt 5.3. tabulu).

Ja iekšzemes uzņēmums nav ieturējis minētās nodokļu summas, tad attiecīgās izmaksas ir iekļaujamās šā uzņēmuma apliekamajā ienākumā (tātad ir pakļautas nodokļa atskaitīšanai vispārējo likmi).

5.4. tabula

Maksājumi = apliekamais objekts	Likme (% no apliekamā objekta)
Dividendes Atlīdzība par vadības pakalpojumiem Atlīdzība par konsultatīvajiem pakalpojumiem Procentu maksājumi, ja maksātājs un saņēmējs ir saistīti uzņēmumi vai personas	10
Procentu maksājumi, ko LR reģistrētās komercbankas izmaksā ar tām saistītiem uzņēmumiem vai personām Atlīdzība par Latvijā esoša īpašuma izmantošanu	5
Maksājumi par autortiesībām vai tiesībām izmantot autortiesības uz literāru vai mākslas darbu, ieskaitot kinofilmas, videofilmas vai skaņu ierakstus	15
Maksājumi par pārējiem intelektuālā īpašuma veidiem	5
Atlīdzība par Latvijā esoša nekustamā īpašuma atsavināšanu	2

Apliekamais ienākums ir maksātāja gada pārskata "Peļņas vai zaudējumu aprēķinā" uzrādītais peļņas (vai zaudējumu) apjoms. To koriģē par to izdevumu lielumu, kuri ir saistīti ar maksātājam piederošo sociāla rakstura objektu uzturēšanu un/vai nav tieši saistīti ar maksātāja saimniecisko darbību.

Lai aprēķinātu apliekamo ienākumu, pie pārskata peļņas pieskaita

- uzņēmuma izdevumi īpašnieku un darbinieku atpūtai (atpūtas ceļojumiem, izklaidēšanās pasākumiem);
- izdevumus ar uzņēmējdarbību nesaistītiem īpašnieku vai darbinieku braucieniem ar uzņēmuma autotransportu;
- naudas vai mantas dāvinājumu vērtību;
- izdevumus, lai izveidotu sociālās infrastruktūras objektus (dzīvokļus; komunālās saimniecības objektus; izglītības, kultūras, sporta, sabiedriskās ēdināšanas un medicīniskās aprūpes iestādes, ja tās nav tieši saistītas ar maksātāja uzņēmējdarbību);
- 40% no reprezentācijas izdevumu summas u. c.

Un atņem

- nekustamā īpašuma nodokļu maksājumus;
- izložu un azartspēļu nodokļa un nodevas maksājumus u. c. (Likuma 5. un 6. pants.)

Aprēķinot ar nodokli apliekamo ienākumu, uzņēmuma darbības izmaksās pamatlīdzekļu lietojumu nosaka pēc nelineārās metodes un nemateriālo ieguldījumu vērtības noraksta pēc lineārās metodes.

Saskaņā ar likumu "Par uzņēmumu ienākuma nodokli" **pamatlīdzekļu nolietojumu** nosaka šādi.

1. Saimnieciskajā darbībā iesaistītos pamatlīdzekļus iedala piecās kategorijās. Šis iedalījums parādīts 5.4. tabulas I iedaļā, bet II un III iedaļā uzrādītajiem pamatlīdzekļiem nolietojumu vai nu neaprēķina vispār (zemei, mākslas darbiem, antīkiem priekšmetiem, juvelierizstrādājumiem un citiem pamatlīdzekļiem, kuri nav pakļauti fiziskam vai morālam nolietojumam), vai arī to

nolietojumu neņem vērā, nosakot apliekamo ienākumu (sociālās infrastruktūras objekti).

2. Katrai pamatlīdzekļu kategorijai nosaka atbilstošo nolietojuma likmi, skatīt 5.4. tabulu.
3. Aprēķina nolietojumu katrai pamatlīdzekļu kategorijai, izmantojot izteiksmi:

$$\text{nolietojums} = \text{divkārša likme} \times \text{pamatlīdzekļu atlikusī vērtība}$$

kur pamatlīdzekļu atlikusī vērtība ir to taksācijas perioda atlikusī vērtība + taksācijas periodā iegādāto vai izveidoto pamatlīdzekļu vērtība – izslēgto pamatlīdzekļu vērtība + kapitālās izmaksas.

Kapitālās izmaksas ir izdevumi pamatlīdzekļu uzlabošanai, atjaunošanai, rekonstrukcijai, kas būtiski palielina to ražošanas potenciālu vai pagarina ekspluatācijas laiku.

Aplūkosim piemēru:

Apskatāmā gada 1. janvārī ceturtais kategorijas pamatlīdzekļu atlikusī vērtība	Ls 7000
Apskatāmajā gadā iegādāto vai izveidoto pamatlīdzekļu vērtība	Ls 1300
Apskatāmajā gadā izslēgto pamatlīdzekļu vērtība	Ls 400
Kapitālās izmaksas apskatāmajā gadā	Ls 600
Atlikusī vērtība, no kuras aprēķina Ls 7000 + Ls 1300 – Ls 400 + Ls 600 = Ls 8500 taksācijas perioda (apskatāmā gada) nolietojumu	
Nolietojuma likme (ceturtais kategorijas pamatlīdzekļiem)	20%
Divkāršā likme	$2 \times 20\% = 40\%$

Taksācijas perioda (apskatāmā gada) nolietojums	40% Ls 8500 = Ls 3400
Nākamā gada 1. janvārī šo pamatlīdzekļu atlikusī vērtība	Ls 8500 – Ls 3400 = Ls 5100

Saskaņā ar likumu “Par uzņēmuma ienākuma nodokli” **nemateriālo ieguldījumu vērtības norakstīšanu** lieto šādi:

- koncesijām (īpašām atļaujām, līgumiem) noraksta to vērtību 10 gados pēc lineārās (jeb vienmērīgās) metodes;
- patentiem, licencēm un preču zīmēm — līdzīgi, 5 gados;
- izmaksas par derīgo izrakteņu atrašanās vietas, daudzuma un kvalitātes noteikšanu — līdzīgi, 10 gados;
- citas pētniecības un attīstības izmaksas, kas attiecas uz nodokļa maksātāja saimniecisko darbību, noraksta tajā gadā, kad šīs izmaksas radušās;
- pārējiem nemateriālajiem ieguldījumiem nolietojums nodokļa aprēķināšanas vajadzībām nav norakstāms.

P i e m ē r s

Firma nopērk patentu preču ražošanai par Ls 1000. Norakstīšanas likme = $100\% : 5$ gadiem = 20% gadā. Līdz ar to katru gadu noraksta pa Ls 200.

Nodokļa **atlaides** rēķina tikai pēc tam, kad ir izskaitļots apliekamais ienākums un uzņēmumu ienākuma nodoklis bez atlaidēm.

Atlaides ir paredzētas

1. Mazajiem uzņēmumiem.

Par mazo uzņēmumu (ši likuma izpratnē) ir uzskatāms tāds

uzņēmums, kam pirmstaksācijas periodā ir spēkā vismaz divi no trim nosacījumiem:

- pamatlīdzekļu bilances vērtība nepārsniedz Ls 70 000,
- neto apgrozījums nepārsniedz Ls 200 000,
- vidējais strādājošo skaits nepārsniedz 25 darbiniekus.

Mazajiem uzņēmumiem nodokli samazina par 20%. Šī atlaide ir spēkā līdz 2003. gada 31. decembrim.

2. Uzņēmumiem, kas veic lauksaimniecisko darbību.

Lauksaimnieciskā darbība (šī likuma izpratnē) ir augkopība, lopkopība, dārzkopība un iekšējo ūdeņu zivsaimniecība. Šiem uzņēmumiem nodokli samazina par 10 latiem par katru lauksaimniecībā izmantojamo zemes hektāru.

Abas iepriekš minētās atlaides nav piemērojamas vienlaikus.

3. Ziedotājiem.

Nodokli samazina par daļu no summas, kas ziedota LR reģistrētām sabiedriskajām kultūras, izglītības, reliģiskajām, sporta, labdarības, veselības aizsardzības un vides aizsardzības organizācijām un fondiem, kā arī budžeta iestādēm saskaņā ar Ministru kabineta noteikto kārtību.

Šī atlaide kopsummā nedrīkst pārsniegt 20% nodokļa.

4. Par ārvalstīs samaksāto nodokli.

Nodokļa samazinājums var būt ārvalstīs samaksātā nodokļa apjomā.

5. Citos gadījumos. Piemēram, par atbalstāmo investīciju projektu ietvaros veiktiem ieguldījumiem; uzņēmumiem, kas ražo augstas tehnoloģijas produktus un programmaproduktus; invalidu biedrību uzņēmumiem u. c.

Kategorija	Pamatlīdzekļi	Nolietojuma likme
PAMATLĪDZEKĻI, KURU NOLIETOJUMU ŅEM VĒRĀ, NOSAKOT APLIEKAMO IENĀKUMU		
I	<ul style="list-style-type: none"> Ēkas; būves; ilggadīgie stādījumi 	5%
II	<ul style="list-style-type: none"> Dzelzceļa ritošais sastāvs, t.sk. skābju cisternas. Jūras un upju flotes transportlīdzekļi, t.sk. zvejas flote, motorlaivas, airu laivas. Dzelzceļa, flotes un ostu tehnoloģiskās iekārtas, t.sk. portālceltņi un peldošie celtņi. Enerģētiskās iekārtas, turbīnu iekārtas, kompleksās spēka mašīnas, elektrodzinēji. Radiotehniskās un telekomunikāciju centra iekārtas. 	10%
III	<ul style="list-style-type: none"> Skaitļošanas iekārtas un to aprīkojums, t.sk. drukas ierīces informācijas sistēmas, datoru programmprodukti un datu uzkrāšanas iekārtas, t.sk. elektroniskie kases aparāti. Sakaru līdzekļi (tālruņi, t.sk. mobilie, faksa aparāti, rāčijas u.c.), kopētāji un to aprīkojums. Datori, elektrotehniskā un sadzīves tehnika. 	35%
IV	<p>Visi pārējie pamatlīdzekļi (izņemot V kategorijā minētos)</p> <ul style="list-style-type: none"> Bituma kausēšanas tehnoloģiskās iekārtas. Zemes rakšanas un karjeru darbos izmantojamās mašīnas un konveijeri. Iekraušanas un izkraušanas mašīnas un iekārtas. Siltumapmaiņas, metālkaušēšanas un ķīmiskās krāsnis un ar tām saistītās tehnoloģiskās iekārtas. Tehnoloģiskās iekārtas un mašīnas, kas darbojas nelabvēlīgā vidē un ar maksimāli pieļaujamo slodzi. Citas iepriekš neminētās tehnoloģiskās iekārtas un mašīnas. Citas iepriekš neminētās elektronisko sakaru un laboratorijas iekārtas. Lauksaimniecības mašīnas, traktori un kombaini. Siltumtehniskās iekārtas, sūkņi un kompresori, ventilācijas un gāzu attīrīšanas iekārtas. Tirdzniecības, sabiedriskās ēdināšanas, viesnīcu un pārējo sociālo pakalpojumu uzņēmumu iekārtas. Pilsētu elektrotransports (tramvaji, trolejbusi). Automobiļi, to piekabes un komunālais transports. Lidmašīnas. Kancelejas telpu un biroja iekārta un inventārs. Darbarīki un ražošanas instrumenti. Produkcijas ražošanas, transportēšanas un glabāšanas vajadzībām izmantojamais saimnieciskais inventārs. Telpu un pamatlīdzekļu apkopei un uzturēšanai izmantojamais saimnieciskais inventārs. 	20%

5.5. tabulas turpinājums

Kategorija	Pamatīdzekļi	Nolietojuma līkme
V	<ul style="list-style-type: none"> • Naftas izpētes un ieguves platformas, to funkcionēšanai nepieciešamās iekārtas, kas atrodas uz šīm platformām. Naftas izpētes un ieguves kuģi. 	7,5%
PAMATLĪDZEKĻI, KURU NOLIETOJUMU NEŅEM VĒRĀ, NOSAKOT APLIEKAMO IENĀKUMU		
<ul style="list-style-type: none"> • Dzīvokļu un komunālās saimniecības objekti. • Izglītības, kultūras, sporta, sabiedriskās ēdināšanas un medicīniskās aprūpes iestādes, ja tās nav tieši saistītas ar maksātāja uzņēmējdarbību. 		
PAMATLĪDZEKĻI, KURIEM NOLIETOJUMS NETIEK APRĒĶINĀTS		
<ul style="list-style-type: none"> • Zeme, mākslas darbi, antikie priekšmeti, juvelierizstrādājumi un citi pamatīdzekļi, kuri nav pakļauti fiziskam vai morālam nolietojumam. 		

5.2.4. Nekustamā īpašuma nodoklis

Likums "Par nekustamā īpašuma nodokli" stājās spēkā 1998. gada 1. janvārī, līdz ar to spēku zaudēja likums "Par zemes nodokli", bet likuma "Par īpašuma nodokli" darbība beidzās 1999. gada 31. decembrī.

Ar nekustamā īpašuma nodokli apliek ķermeņiskas lietas, kuras atrodas Latvijas Republikas teritorijā un nevar pārvietot no vienas vietas uz citu, tās ārēji nebojājot — zemi, ēkas un būves (turpmāk — nekustamais īpašums), izņemot

- to pašvaldības nekustamo īpašumu, kuru tā lieto vai arī to lieto pašvaldības finansētas iestādes un šis nekustamais īpašums atrodas pašvaldības administratīvajā teritorijā;
- koplietošanas satiksmes ceļus un ielas;
- masu aktīvās atpūtas centrus, sporta laukumus un būves;
- reliģisko organizāciju nekustamo īpašumu, ja to neizmanto saimnieciskajā darbībā;
- kapsētu zemi un būves;

- zemi īpaši aizsargājamās dabas teritorijās, kurās ar likumu aizliegta saimnieciskā darbība, un šajās teritorijās esošās dabas aizsardzībai izmantojamās ēkas;
- nekustamo īpašumu, kas atzīts par Latvijas Republikas kultūras pieminekli, kā arī zemi zem tā (izņemot dzīvojamās mājas un zemi zem tām) un citu.

Līdz 2003. gada 31. decembrim ar nekustamā īpašuma nodokli neapliek arī tās ēkas, kuras izmanto tikai lauksaimnieciskajai ražošanai.

Nekustamā īpašuma nodokli maksā Latvijas vai ārvalstu fiziskās vai juridiskās personas vai minēto personu grupas (kas izveidotas uz līguma vai citādas vienošanās pamata), vai to pārstāvji, kuru īpašumā vai tiesiskajā valdījumā ir nekustamais īpašums.

Līdz 2003. gada 31. decembrim nodokļa likme ir 1,5% no jebkura apliekamā nekustamā īpašuma kadastrālās vērtības. Savukārt no 2004. gada 1. janvāra šis likmes lielums ir 1,0%.



Nekustamā īpašuma kadastrālā vērtība ir pēc vienotiem principiem noteikta zemes, ēku un būvju vērtība nodokļu aprēķināšanas vajadzībām

Kadastrālo vērtību nosaka Valsts Zemes dienests Ministru kabineta noteiktajā kārtībā, vadoties pēc nekustamā īpašuma tirgus vērtības.

Visu nekustamo īpašumu kadastrālā vērtība tiek fiksēta ar noteiktu datumu — 1. janvāri. Nekustamo īpašumu pārvērtēšana izdarāma pēc Ministru kabineta lēmuma. Nekustamā īpašuma nodokli aprēķina un iekasē pašvaldība no pēdējās noteiktās nekustamā īpašuma kadastrālās vērtības. Nekustamā īpašuma īpašnieks var pieprasīt īpašuma pārvērtēšanu, ja viņš sedz pārvērtēšanas izdevumus.

Nekustamā īpašuma nodokļa atvieglojumi:

- politiski represētajām personām par individuālajām dzīvojamām mājām, kuras ir šo personu īpašumā vai valdījumā vismaz piecus gadus, nodokļu summa ir samazināma par 50%, ja vien nekustamais īpašums netiek izmantots saimnieciskajā darbībā;
- pašvaldības var noteikt atvieglojumus (atsevišķām nekustamā īpašuma nodokļu maksātāju kategorijām) 25%, 50%, 70% vai 90% apmērā no nodokļu summas.

5.2.5. Dabas resursu nodoklis

“Likums par dabas resursu nodokli” stājās spēkā 1996. gada 1. janvārī.

Tā mērķi:

- ierobežot dabas resursu nesaimniecisku izmantošanu;
- ierobežot vides piesārņošanu;
- samazināt vidi piesārņojošas produkcijas ražošanu un realizāciju;
- veicināt jaunas, pilnveidotas tehnoloģijas ieviešanu, kas samazina vides piesārņojumu;
- atbalstīt ilgtspējīgu attīstības stratēģiju tautsaimniecībā;
- veidot vides aizsardzības pasākumu finansiālo nodrošinājumu.

Visi šā nodokļa ieņēmumi ir izmantojami tikai tādu pasākumu un projektu finansēšanai, kas tieši ir saistīti ar vides aizsardzību, sanāciju (labošanu), rekultivēšanu, videi kaitīgu atkritumu likvidēšanu, dabas resursu izpēti vai atjaunošanu.

Dabas resursu lietošana (šī likuma izpratnē):

- dabas resursu iesaistišana saimnieciskajā darbībā jeb tieša to ieguve;

- piesārņojošu vielu ievadišana vai noplūde vidē;
- videi kaitīgu produktu patērēšana (videi kaitīgs produkts ir tāds, kas izraisa vides piesārņojumu tā izejvielu ieguvē, pārstrādē, paša produkta ražošanā, uzglabāšanā, realizācijā, patērēšanā vai utilizācijā);
- jebkura darbība (vai bezdarbība), kas degradē vidi vai dabas resursus.

Dabas resursu nodokli *maksā* visas fiziskās un juridiskās personas, kas

- iegūst dabas resursus,
 - ievada vidē piesārņojumu, par ko maksā nodokli;
 - realizē pašražotas videi kaitīgas preces vai iepakojumu;
 - importē videi kaitīgas preces vai iepakojumu
- un kas ir saņēmušas attiecīgu atļauju veikt šādas darbības.

Šo *atļauju* izsniedz Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas pilnvarotas institūcijas. Atļaujā nosaka dabas resursu lietošanas (iegūšanas, vides piesārņošanas, kaitīgu produktu realizēšanas) kvantitatīvos un kvalitatīvos ierobežojumus. Kvantitatīvos ierobežojumus kādā laika periodā sauc par šā perioda limitiem. Minētā atļauja nav nepieciešama dabas resursu lietotājiem, kuri tos lieto sava nekustamā īpašuma robežās, ja lietošana nav saistīta ar šo resursu realizāciju pārstrādātā veidā par samaksu, kā arī ja šī lietošana nerada nelabvēlīgas vides pārmaiņas ārpus nekustamā īpašuma robežām.

Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija var izdot arī dabas resursu lietošanas *licenci*. Tā savas apmaksātās daļas apmērā ir līdzvērtīga dabas resursu nodokļu nomaksai. Dažāda veida licences nav savstarpēji aizstājamas.

Ar dabas resursu nodokli *apliekamais objekts* ir

- iegūstamie dabas resursi, ja tos izmanto saimnieciskajā darbībā (par atlīdzību);

- vides piesārņojums — atkritumi, izmeši, piesārņojošas vielas;
- videi kaitīgi produkti vai iepakojums.

Dabas resursu nodokļa pamatlikums

- Iegūstamajiem dabas resursiem (augšnei, smiltim, mālam, dolomitam, kaļķakmenim, ģipšakmenim, laukakmeņiem, kūdrai, sapropelīm; pazemes, virszemes un citiem ūdeņiem) likmes ir noteiktas latos par iegūstamā resursa kubikmetru vai tonnu. Diapazons — no Ls 0,01 līdz Ls 1,00.
- Vides piesārņojumam (atkritumiem, izmešiem atmosfērā, ūdens piesārņošanai un grunts, augsnes, ūdenstilpņu gultnes piesārņošanai) likmes definētas latos par piesārņojuma kubikmetru (atkritumiem) vai tonnu (ūdens, grunts piesārņojumam, izmešiem). Diapazons — no Ls 0,25 līdz Ls 50 000.
- Videi kaitīgās preces (ši likuma izpratnē) ir smēreļļas, eļļas filtri, strāvas akumulatori, ķīmiskie strāvas avoti, riepas, dzīvsudraba spuldzes, ozona slāni noārdošas vielas.

Šo preču, kā arī videi kaitīgā iepakojuma un vienreizējās lietošanas trauku un piederumu importam vai ražošanai likmes ir vai nu latos par gabalu, vai kubikmetru, vai kilogramu. Ja likmes mērvienība ir procenti, tad tā rēķināma no vērtības (importam — % no muitas vērtības, LR ražotajām precēm — % no realizācijas cenas, bez PVN un bez akcīzes nodokļa).

Pamatlikmes ir izmantojamas tad, ja dabas resursi ir lietoti limita ietvaros. Par dabas resursu virslimita lietošanu vienlaikus piemēro gan pamatlikmes, gan arī *papildlikmes*, kuras ir trīs reizes augstākas par pamatlikmēm.

Dabas resursu nodokļu aprēķināšana

1. Nodokli par dabas resursu ieguvu vai vides piesārņošanu aprēķina pēc nodokļu pamatlikmēm (vai pēc pamatlikmēm un

- papildlikmēm, tās summējot) par katru dabas resursu vienību vai vides piesārņojuma vienību.
2. Nodokli par pašražotu videi kaitīgu preču realizāciju aprēķina latos par katru preces vienību vai arī procentos no to realizācijas cenas, kurā neietilpst akcīzes nodoklis un pievienotās vērtības nodoklis.
 3. Nodokli par videi kaitīgu preču importu aprēķina latos par katru preces vienību vai arī procentos no to muitas vērtības un ievadmuitas nodokļa kopsummas.
 4. Nodokli par videi kaitīga iepakojuma importu vai ražošanu aprēķina latos par svara kilogramu. Ja nav dokumentu par preču bruto svaru, nodokli rēķina kā 1,0% no preču vērtības.

Dabas resursu nodokļa atlaides

- Nodokļa maksātājs, kas finansē projektus, kuru mērķis ir samazināt vides piesārņošanu vai dabas resursu patēriņu, veicot tehnoloģiskus uzlabojumus vai vides aizsardzības pasākumus, var saņemt nodokļa atlaidi par summu, kas nepieciešama šā projekta realizācijai.
- Nodokļa maksātājs, kuram nav nodokļu parādu, var saņemt nodokļa atlaidi Ministru kabineta noteiktajā kārtībā. Lēmumu par atlaides piešķiršanu pieņem Finanšu ministrija (ja tas skar valsts vides aizsardzības speciālo budžetu) vai pašvaldība (ja tas skar pašvaldības vides aizsardzības speciālo budžetu). Tam nepieciešams Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas atzinums.
- Nodokļa atlaidi var piešķirt uz visu projekta īstenošanas termiņu, bet ikgadējo atlaidi — par tādu maksimālo summu, kādu veido nodokļa maksājumi šajā gadā pēc pamatlikmēm par projektā paredzēto piesārņojuma samazinājumu.
- Nodokļa atlaides saņemšana neatceļ dabas resursu limitus un no tā izrietošos nodokļu maksājumu apmērus.

- Pēc ikgadējās nodokļa atlaides termiņa izbeigšanās Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija novērtē projekta īstenošanu un sagatavo atzinumu Finanšu ministrijai un attiecīgajai pašvaldībai. Ja projekts nav laikus un kvalitatīvi īstenots, atlaide ir jāatmaksā pilnībā un ar procentiem, kas atbilst Latvijas Bankas noteiktajai refinansēšanas likmei.

5.2.6. Pievienotās vērtības nodoklis

Likums "Par pievienotās vērtības nodokli" stājās spēkā 1995. gada 1. maijā un aizvietoja likumu "Par apgrozījuma nodokli".

Pievienotās vērtības nodoklis ir patēriņa nodoklis, tas tiek iekļauts preces vai pakalpojuma cenā, un reāli to samaksā preces vai pakalpojuma galīgais patērētājs. Tas ir nodoklis, ar kuru tiek aplikta tikai pievienotā vērtība, par kuru jau runājām iepriekš. Ar šo nodokli tiek apliktas preču piegādes, sniegtie pakalpojumi, preču imports, kā arī pašpatēriņš.

Šis nodoklis tiek iekasēts tajā valstī, kur reāli prece vai pakalpojums tiek patērēts. Tas nozīmē, ka preču eksports, kā arī ārvalsts sniegtie pakalpojumi ar nodokli netiek aplikti (iekšzemē samaksātais nodoklis tiek kompensēts), bet imports jebkurā gadījumā tiek aplikts ar pievienotās vērtības nodokli. Šis princips nodrošina iespēju vietējā ražojuma precēm konkurēt ar ārvalsts ražotājiem.

Ar pievienotās vērtības nodokli aplikjamie objekti (darījumi)

Ar pievienotās vērtības nodokli aplik visus ar šo nodokli aplikamo darījumu vērtību, kurus iekšzemē veikusi ar šo nodokli aplikamā persona.

Ar pievienotās vērtības nodokli apliekamie darījumi:

- | | |
|---------------------------|-------------------|
| 1) preču piegāde; | 3) preču imports; |
| 2) pakalpojumu sniegšana; | 4) pašpatēriņš |

Pievienotās vērtības nodokļa likme noteikta 18% no preču (arī importēto preču) piegādes, pakalpojumu un pašpatēriņa vērtības, kas apliekama ar nodokli.

Nodokļa likme 0% tiek noteikta eksporta piegādēm, starptautiskajam transportam un ar eksporta preču piegādi saistītiem pakalpojumiem.

Pašpatēriņš ir pašu ražoto preču nodošana un pakalpojumu sniegšana uzņēmējam, viņa ģimenes locekļiem un citām personām, to skaitā darbiniekiem, bez atlīdzības, kā arī nesaņemtā vērtības daļa, kas zemāka par preču un pakalpojumu pašizmaksu



Pašpatēriņu uzskaita tikai ar nodokli apliekamajai personai. Pašpatēriņš ir tad, kad uzņēmējs izmanto pašražotu produktu kā gala patērētājs.

Paredzams, ka ar 2003. gadu šādām precēm un pakalpojumiem tiks uzlikta PVN likme 9% apmērā:

- medikamentu, medicīnisko ierīču un medicīnas preču piegādēm;
- veterināro medikamentu un veterinārmedicīnas preču piegādēm un veterinārmedicīnas pakalpojumiem;
- zīdaiņiem paredzēto specializēto produktu piegādēm;

- masu informācijas līdzekļu piegādēm;
- viesu izmitināšanas pakalpojumiem viesu izmitināšanas mītnēs;
- ūdens piegādei centralizētā ūdensapgādes sistēmā;
- kanalizācijas pakalpojumiem;
- sadzīves atkritumu savākšanas, pārvadāšanas un apglabāšanas pakalpojumiem.

Fiziskajai vai juridiskajai personai un šādu personu ar līgumu vai norunu saistītām grupām vai to pārstāvjiem, kuriem ar nodokli apliekamā preču piegādes un sniegto pakalpojumu kopējā vērtība iepriekšējo 12 mēnešu laikā sasniedza vai pārsniedza 10 000 latu, ir jāreģistrējas kā apliekamajām personām Valsts ieņēmumu dienestā ne vēlāk kā mēneša laikā pēc šīs summas sasniegšanas vai pārsniegšanas.

Personai sākot ar reģistrācijas dienu Valsts ieņēmumu dienestā kā ar nodokli apliekamajai personai ir pienākums savas preču piegādes un sniegtos pakalpojumus aplikt ar pievienotās vērtības nodokli un iekasēto nodokli likumā noteiktajā kārtībā ieskaitīt valsts budžetā.

Veicot maksājumus par preču piegādēm vai pakalpojumu sniegšanu, uzņēmumam ir svarīgi zināt, vai norēķini veicami ar pievienotās vērtības nodokļa maksātāju vai nemaksātāju. Katrā gadījumā jānoskaidro, vai sadarbības partneris ir vai nav reģistrēts kā ar šo nodokli apliekamā persona. No tā ir atkarīgs, kādu rēķinu izrakstīt, piemēram, ja preces piegādātājs ir reģistrēts ar nodokli apliekamā persona, tad maksājuma dokuments (rēķins) tiks izrakstīts, kurā bez preces vai pakalpojumu vērtības būs iekļauta arī pievienotās vērtības nodokļa summa. Turpretī, ja preces piegādātājs (pakalpojumu sniedzējs) nav ar nodokli apliekamā persona, tad maksājuma dokumentā (rēķinā) būs norādīta tikai piegādātās preces vai sniegto pakalpojumu vērtība.

Tādējādi sadarbības partneris, kurš ir pievienotās vērtības nodokļa maksātājs, par piegādāto produkciju vai sniegtajiem pakalpojumiem saņems vairāk nekā tas, kas nav ar nodokli apliekamā persona.

Ja sadarbības partneris ir PVN maksātājs, tad, pērkot no viņa preci, jau daļēji tiek samaksāts PVN.



Priekšnodoklis ir summa, ko preču piegādātājs vai pakalpojumu sniedzējs samaksājis kā pievienotās vērtības nodokli par precēm un pakalpojumiem, ko tas iegādājies vai saņēmis, lai nodrošinātu savu saimniecisko darbību

Piemēram, mēteļa šūšanai ir iepirkts audums par cenu Ls 17,70 (Ls 15,00 + Ls 2,70). Priekšnodoklis ir Ls 2,70. Mētelis tiek pārdots par Ls 41,30 (Ls 35 + Ls 6,30). Rezultātā mēteļa šuvējs saņēma no pircēja PVN Ls 6,30, bet valsts budžetā viņam jāiemaksā Ls 6,30 – Ls 2,70 = Ls 3,60.

Uzņēmumiem ir tiesības neregistrēties kā ar pievienotās vērtības nodokli apliekamām personām, ja

- kopējā ar nodokli apliekamo preču piegāžu un sniegto pakalpojumu vērtība iepriekšējo 12 mēnešu laikā nav pārsniegusi Ls 10 000;

un zemnieku saimniecībām arī tad, ja

- kopējā ar nodokli apliekamo preču piegāžu un sniegto pakalpojumu vērtība iepriekšējo 12 mēnešu laikā nav pārsniegusi Ls 30 000 un no šīs summas vismaz 90% iepriekšējo 12 mēnešu laikā ir pašu ražotās lauksaimniecības produkcijas piegāžu un pašpatēriņa vērtība.

Kārtību, kādā zemnieku saimniecības var neregistrēties kā apliekamas personas, regulē Ministru kabineta noteikumi.

Likumā "Par pievienotās vērtības nodokli" noteikts, ka zemnieki, lauksaimniecības produkcijas ražotāji, kas nav nodokļa maksātāji, realizējot pašu ražoto produkciju pārstrādes uzņēmumiem, ir tiesīgi

saņemt 12% piemaksu par realizēto produkciju kompensācijas veidā. Kompensācija mazajām saimniecībām, kuras preču piegādes un sniegto pakalpojumu nelielā apjoma dēļ nevar kļūt par reģistrētu pievienotās vērtības nodokļu maksātāju, nav jāiemaksā nekādā budžetā. Šī summa paliek saimniecības rīcībā.

Kompensāciju zemniekiem, lauksaimniecības produkcijas ražotājiem par gaļu, pienu, graudiem un citiem produktiem maksās pārstrādes uzņēmumi, lai daļēji kompensētu izmaksas, kas radušās, iepērkot tehniku, izejvielas, rezerves daļas. Produkcijas pārstrādes uzņēmumi izmaksātās kompensācijas summas ir tiesīgi atrēķināt no savas nodokļa summas.

Lai saņemtu šo kompensāciju, zemnieku saimniecībai Valsts ieņēmumu dienestā jāizņem izziņa, kas apliecina, ka tā nav pievienotās vērtības nodokļa maksātāja, un jāiesniedz produkcijas pārstrādes uzņēmumam. Griežoties Valsts ieņēmumu dienestā, zemnieku saimniecībai jāiesniedz zemnieku saimniecības reģistrācijas apliecība vai attiecīgās pašvaldības institūcijas apliecinājums par zemes īpašumu vai zemes lietošanas tiesībām.

Ar nodokli apliekamā preču piegādes vai sniegto pakalpojumu vērtība ir par preču piegādi vai pakalpojumiem maksājamā atlīdzība naudas izteiksmē bez pievienotās vērtības nodokļa. Sniedzot starpniecības pakalpojumus, par vērtību, kas apliekama ar nodokli, uzskatāma starpniecības atlīdzība.

Ja starpnieks saņem papildu atlīdzību par starpniecības pakalpojumu, tā apliekama ar pievienotās vērtības nodokli.

Piemēram, ja ar starpnieku noslēgts līgums par preču piegādi 1000 latu vērtībā (bez pievienotās vērtības nodokļa) un par starpniecības pakalpojumu noteikta papildu atlīdzība 5% no līguma vērtības, starpniekam par sniegtajiem pakalpojumiem tiek samaksāts 50 latu un pievienotās vērtības nodoklis Ls 9, ko starpnieks pēc priekšnodokļa atskaitīšanas iemaksā budžetā.

Ja starpnieks kā starpniecības atlīdzību ietur noteiktus procentus

no iegādāto preču vai pakalpojumu vērtības (ar PVN), starpniecības atlīdzība ar nodokli netiek aplikta, jo ar pievienotās vērtības nodokli jau ir aplikta visa piegādātās preces vai pakalpojuma vērtība.

Vienlaikus starpnieks zaudē tiesības atskaitīt priekšnodokli par šiem darījumiem.

Piemēram, starpnieks realizē biļetes Ls 100 vērtībā un ietur starpniecības atlīdzību 5%. Biļetes realizējot, tiek iekasēts pievienotās vērtības nodoklis — Ls 16, ko starpnieks iemaksā budžetā, savukārt starpniecības atlīdzība — Ls 5 ar pievienotās vērtības nodokli netiek aplikta.

Ja starpnieks saņem pilnu samaksu par preču piegādi, viņš tiek uzskatīts par preču piegādātāju, un piegādāto preču vērtība ir apliekama ar nodokli.

Preču piegādes vērtībā ietilpst atlīdzība, kas maksājama, iegādājoties precī, vai muitas vērtība, kā arī visi papildu maksājumi par preču piegādes starpniecības apdrošināšanu, iesaiņošanu un transportēšanu, akcīzes un muitas nodoklis, kas samaksāts par preču piegādi, izņemot pievienotās vērtības nodokli.

Svarīgākie izņēmumi un atvieglojumi nodokļu maksātājiem

Ar pievienotās vērtības nodokli neapliek

- Pakalpojumus, ko sniedz veco ļaužu pansionāti vai mītnes, sociālās aprūpes un rehabilitācijas centri, kurus pilnīgi vai daļēji finansē no valsts vai pašvaldību budžetiem.
- Maksu par bērnu uzturēšanos pirmsskolas iestādēs.
- No valsts budžeta finansētos ēdināšanas pakalpojumus labošanas darbu iestādēs un ieslodzījuma vietās.
- Mācību maksu valsts un pašvaldību mācību iestādēs, kā arī valsts akreditētajās privātajās mācību iestādēs.
- Maksu par bezdarbnieku profesionālo apmācību vai pārkvalificēšanu, ko organizē Valsts nodarbinātības aģentūra.

- Bibliotēku pakalpojumus.
- Teātru, kino, cirka izrādes, koncertdarbību, sarīkojumus kultūras iestādēs, izstāžu, zooloģisko dārzu apmeklējumus, bērniem domātus un labdarības mērķiem veltītus sarīkojumus, pašdarbības mākslas kolektīvu un sporta sarīkojumus.
- Zelta, monētu un banknošu piegādes Latvijas Bankai.
- Derības, izlozes (loterijas) un cita veida azartspēles.
- Apbedīšanas un Latvijas Republikā reģistrēto reliģisko organizāciju sniegtos reliģiskos un rituālos pakalpojumus.
- Apdrošināšanas sabiedrību sniegtos apdrošināšanas pakalpojumus.
- Zinātniskos pētījumus, kuri tiek veikti par sabiedrisko fondu, valsts budžeta un pašvaldību budžetu vai starptautisko institūciju līdzekļiem.
- Finansiālos darījumus (kreditu piešķiršanu; kredītiestāžu pakalpojumus attiecībā uz depozīta, tekošo kontu operācijām, samaksām, pārskaitījumiem un tamlīdzīgi; vērtspapīrus un ieguldījumus kapitālā; pakalpojumus vērtspapīru pirkšanā un pārdošanā; mērķdotācijas sabiedriskajam pasažieru transportam).
- Nekustamā īpašuma, arī zemes, pārdošanu, izņemot nelietota nekustamā īpašuma pirmo pārdošanu.
- Konsulāros pakalpojumus.
- Mācību un zinātnisko literatūru.

Tiesības uz minētajiem atvieglojumiem nav ar nodokli neapliekamajām personām.

5.2.7. Akcīzes nodoklis

Akcīzes nodoklis pieder pie netiešo nodokļu grupas.

Akcīzes nodoklis ir viens no senākajiem nodokļiem. Latviešu konversācijas vārdnīcā akcīzes nodoklis definēts šādi: "Akcīzes, netiešs

nodoklis, ko uzliek dažādām baudu vielām un apgrozības lietām.” (Latviešu konversācijas vārdnīca. 1. burtnīca, 182. lpp.)

Akcīzes nodoklis Rīgā tiek minēts 1353. gadā ar nosaukumu “vīna nauda”. Tolaik akcīzes galvenokārt ņēma no alus un vīna. Latvijas brīvvalsts pirmajos gados akcīzes nodoklis bija viens no svarīgākajiem valsts ieņēmumiem.

Likums “Par akcīzes nodokli” pieņemts 1990. gada 12. decembrī. Vēlāk tam paralēli stājās spēkā arī likums “Par akcīzes nodokli naftas produktiem” — no 01.01.1998., likums “Par akcīzes nodokli tabakas izstrādājumiem” un likums “Par akcīzes nodokli alkoholiskajiem dzērieniem” — abi no 01.01.1999., likums “Par akcīzes nodokli alum” — no 01.01.2000.

Akcīzes nodokļa maksātāji

Akcīzes nodokļa maksātāji ir juridiskas un fiziskas personas vai šādu personu apvienības, kas realizē pašražotās preces vai ievie (importē) ar akcīzes nodokli apliekamās preces.

Par akcīzes nodokļa maksātājiem uzskatāmas arī tās juridiskās personas, kuras iegādājušās ar akcīzes nodokli apliekamās preces, un tās juridiskās personas, kurām nav noteiktas speciālas atļaujas (licences) šo preču realizācijai.

Realizējot veikalā no fiziskām personām pieņemtās jaunas importa preces, par tām jāmaksā akcīzes nodoklis pēc noteiktām likmēm pie realizācijas cenas. Šo nodokli aprēķina un pārskaita budžetā veikals.

Realizācijas cena — cena, par kādu realizētājs realizē preces bez akcīzes un pievienotās vērtības nodokļa. Par precēm, kas realizētas ar akcīzes nodokli, jāmaksā arī pievienotās vērtības nodoklis. Uzņēmumiem, kuri ražo ar akcīzes nodokli apliekamās preces, ir jāmaksā akcīzes nodoklis par pašu ražotām precēm, tās realizējot.

Akcīzes nodoklis tiek iemaksāts valsts budžetā.

Ar akcīzes nodokli apliekamais objekts

Ar akcīzes nodokli apliekamais objekts ir konkrētas pašražotās un ievestās preces, kuras nosaka likumi par akcīzes nodokli, — dzērieni, kafija, tabakas izstrādājumi, dārglietas, automobiļi, naftas produkti.

Pašražotām precēm akcīzes nodokli aprēķina pie realizācijas cenas, ievestām precēm — pie ievedamo preču muitas vērtības un ievadmuitas nodokļa kopsummas.

Akcīzes nodoklis norēķinu dokumentos tiek uzrādīts atsevišķā rindā. Norēķinu dokumentus un reģistrus, kuros nav uzrādīta akcīzes nodokļa summa vai atzīme, ka prece nav apliekama ar akcīzes nodokli, bankas iestādes izpildei nepieņem.

Akcīzes nodokļa likmes un nodokļa aprēķināšanas kārtība

Akcīzes nodokli aprēķina pēc šādām likmēm (latos vai procentos pašražotām precēm pie realizācijas cenas, ievestām precēm — pie ievedamo preču muitas vērtības un ievadmuitas nodokļa kopsummas):

Alkoholiskajiem dzērieniem, izņemot alu	no Ls 30 līdz Ls 550 par 100 litriem
Alum	no Ls 3,30 līdz Ls 42,00 par 100 litriem
Bezalkoholiskajiem dzērieniem	Ls 2,00 par 100 litriem
Kafijai	Ls 0,50 par kg
Tabakas izstrādājumiem	no Ls 5,80 līdz Ls 11,00 par 1000 gab
Dārgmetāliem un to izstrādājumiem, dārgakmeņiem un to izstrādājumiem (izņemot dzintaru un tā izstrādājumus)	20%
Automobiļiem	no Ls 75 līdz Ls 250
Benzīnam un dīzeļdegvielai	no Ls 0,13 līdz Ls 0,21 par litru

Lauksaimniecības produkcijas ražotājiem akcīzes nodokli atmaksā, rēķinot 80 litrus dīzeļdegvielas kalendārajā gadā par katru īpašumā, lietošanā vai nomā esošo lauksaimniecībā izmantojamās zemes hektāru.

Ja fiziskās personas nodod veikalā pašražoto ar akcīzes nodokli apliekamo preci, tad veikals realizē to ar akcīzes nodokli un nodokļa summu pārskaita budžetā.

Ja veikals realizē no citām juridiskām personām iegādātās preces (ja juridiskā persona atrodas Latvijas Republikā), tad par šīm precēm veikals akcīzes nodokli budžetā nemaksā, jo akcīzes nodokļa maksātājs ir ražotājs vai importētājs.

Akcīzes nodokļa atvieglojumi

Svarīgākās ar akcīzes nodokli neapliekamās preces ir

- etilspirts medicīnas, veterinārās medicīnas, zinātniskās pētniecības darba vajadzībām un farmaceitiskajai rūpniecībai;
- tabakas putekļi un tabakas preparāti, ko izmanto augu aizsardzības līdzekļu ražošanai;
- dārgmetāli, ko izmanto zobu protēžu izgatavošanai;
- elektromobiļi, dzīvojamie viegļie automobiļi;
- preces, kuras eksportē;
- naftas produkti, kurus lieto to jūras gaisa satiksmes transportlīdzekļu apgādei, kas kursē starptautiskajās līnijās, vai kurus izmanto avārijas glābšanas vai palīdzības darbu veikšanai, vai kuri nodrošina valsts aizsardzību.

Akcīzes nodokļa nomaksas kārtība

- Preču ražotāji akcīzes nodokli aprēķina un maksā, realizējot preces.
- Preču importētāji maksā uz valsts robežas muitas iestādē preču uzrādīšanas brīdī vai arī pirms tam bankas iestādē, izņe-

mot preces, kas atbilstoši noteikumiem ir marķējamas ar akcīzes nodokļa markām vai citu marķējumu.

- Akcīzes nodoklis par precēm, kuras marķējamas ar akcīzes nodokļa markām vai citu speciālu marķējumu, tiek maksāts, iegādājoties akcīzes nodokļa markas vai speciālas marķēšanas laikā. Akcīzes nodokli valsts budžetā iemaksā tā valsts institūcija, kura ir pārdevusi akcīzes nodokļa markas vai veikusi speciālo marķēšanu.
- Eksportējot preces, kuras marķētas ar akcīzes nodokļa markām vai speciālu marķējumu, samaksātais akcīzes nodoklis no valsts budžeta netiek kompensēts.
- Akcīzes nodoklis par benzīnu un dīzeļdegvielu, to aizstājējproduktiem un komponentiem tiek maksāts uz valsts robežas muitas iestādē naftas produktu uzrādīšanas laikā vai pirms tam bankas iestādē, bet par naftas produktiem, kurus taksācijas periodā vai nu izved no akcīzes preču noliktavas, vai izmanto akcīzes preču noliktavā, — bankas iestādē 15 dienu laikā pēc taksācijas perioda beigām.
- Akcīzes nodoklis no ievesto (importēto) preču vērtības, kuras iegādātas par brīvi konvertējamu valūtu, tiek aprēķināts un maksāts latos pēc Latvijas Bankas noteiktā kursa, kas ir spēkā norēķinu dienā.

Akcīzes nodokli, kas iekasēts par alkoholiskajiem dzērieniem, ieskaita valsts pamatbudžetā un valsts speciālajā veselības aizsardzības budžetā; akcīzes nodokli par naftas produktiem — valsts pamatbudžetā un valsts autoceļu fondā.

Maksātāja atbildība

No personas, kura pārdod vai uzglabā pārdošanai paredzētas ne-marķētas preces, ja tās marķējums atbilst likumam "Par akcīzes nodokli" vai Ministru kabineta noteikumiem, vai preces, kas marķētas ar viltotām akcīzes nodokļa markām vai viltotu speciālo marķējumu,

par šīm precēm un par darbībām ar viltotām akcīzes nodokļa markām tiek iekasēts akcīzes nodoklis un soda nauda. Šādas preces un viltotās akcīzes nodokļa markas konfiscē.

Ja ar akcīzes nodokli apliekamās preces mazumtirdzniecībā vai vairumtirdzniecībā tiek pārdotas par cenu, kas ir zemāka par muitas vērtību un aprēķināto nodokļa summu, šādas preces konfiscē.

Ja naftas produktus ievēd Latvijas Republikas muitas teritorijā vai izved no akcīzes preču noliktavas, nesamaksājot nodokli, tad ir tiesības tos konfiscēt.

Ar akcīzes nodokli apliekamo preču ražošanas, tirdzniecības un uzglabāšanas kārtību nosaka Ministru kabineta noteikumi.

5.2.8. Izložu un azartspēļu nodoklis

1994. gada 16. jūnijā pieņemts likums "Par izložu un azartspēļu nodevu un nodokli", kas nosaka izložu (loteriju) un azartspēļu organizēšanas un uzturēšanas, kā arī to ierobežošanas noteikumus.

Latvijas Republikā izložu un azartspēļu organizēšanai un uzturēšanai kā uzņēmējdarbības veidam ir nepieciešama speciāla atļauja (licence).

Ārvalstu ieguldītāji nedrīkst iegūt kontroli pār izlozēm un azartspēlēm (viņu daļa pamatkapitālā nedrīkst būt lielāka par 49%).

Izloze un azartspēle šā likuma izpratnē ir spēle vai derības, kurām ir laimes līguma raksturs un kurās to dalībnieku iegūtajiem laimestiem pilnīgi vai daļēji ir gadījuma raksturs.

Izložu un azartspēļu veidi

Naudas vai/un mantas izlozē tās dalībnieki piedalās, nopērkot biļetes vai citādā veidā samaksājot dalības maksu, un izlozes organizētāji piedāvā kā laimestus naudu, mantas, vērtspapirus u. tml.

Izlozes un azartspēles var organizēt, izmantojot šādas metodes:

- izlozes vai azartspēles dalībnieki aizpilda kartītes un to attiecīgās daļas nodod kartišu vākšanas punktos;
- izlozes vai azartspēles dalībnieki izraudzīto skaitļu kombināciju pārraida ar telekomunikāciju palīdzību;
- momentloterijas, kurās laimējušo skaitļu kombinācijas un laimestus var uzzināt tūlīt vai 24 stundu laikā pēc izlozes;
- izlozes vai azartspēles dalībniekiem tiek piedāvāts pirkt preces; kopējo laimestu summa ir vienāda ar piedāvāto preču vērtību.

Latvijas Republikā atļautās azartspēles:

- skaitļu azartspēles (loto, sportloto, skaitļu loto);
- bingo; tās dalībnieki, izmantojot skaitļu karti vai elektronisko tabulu, laimē atkarībā no iemaksāto likmju kopsummas un uzminētās skaitļu kombinācijas;
- totalizators; tā pamatā ir dalībnieku derības ar azartspēles organizētāju kāda apstrīdama apgalvojuma pamatā (sacensību, konkursu rezultāti);
- cilindriskās spēles — rulete;
- kāršu un kauliņu spēles;
- spēļu automāti — spēļu automātu un iekārtu ekspluatācija atļauta tikai tad, ja veikta to marķēšana.

Kazino un spēļu zāles

Azartspēļu nami ir speciāli izveidoti un aprīkoti azartspēļu centri.

1. Kazino noris cilindriskās spēles (rulete), kāršu (kauliņu) spēles, spēļu automātu spēles. Vienā kazino jābūt reģistrētiem vismaz trim spēļu galdiem, no tiem — vienam ruletes galdam.
2. Spēļu automātu salons (jābūt uzstādītiem vismaz 10 spēļu automātiem).

Ieeja azartspēļu namos atļauta tikai no 18 gadu vecuma.

Azartspēļu namos jānodrošina nepārtraukta un netraucēta azartspēļu norise, kā arī tūlītēja laimesta izmaksa.

Latvijas Republikas valsts mērogā izložu vai azartspēļu organizēšanas monopols pieder valstij.

(Biļešu vai spēles kartišu kopsumma nedrīkst būt mazāka par Ls 100 000.)

Vietēja mēroga izlozes un azartspēles ir organizējamas tikai attiecīgās pilsētas, rajona vai pagasta teritorijā (biļešu vērtības kopsumma nedrīkst pārsniegt Ls 10 000, bet, ja izloze ir vienreizēja, tad Ls 500).

Sabiedriskās organizācijas un to apvienības un reliģiskās organizācijas drīkst rīkot tikai vietēja mēroga vienreizēja rakstura izlozes (ja ir saņemta atļauja Ministru kabineta noteiktajā kārtībā).

Nodokļu un nodevu maksājumi

Par speciālas atļaujas (licences) izsniegšanu iekasējama valsts nodeva — Ls 50 000 latu par katru kārtējo kalendāra gadu, bet par totalizatora organizēšanu — Ls 30 000.

Azartspēļu nodokli apliekamais objekts ir azartspēļu organizētājs — uzņēmums (uzņēmēj sabiedrība), azartspēļu norises vieta un spēļu iekārtas. No katras iekārtas vai uzstādītās azartspēļu tiešas norises vietas iekasējams nodoklis pēc šādām likmēm par katru kārtējo kalendāra gadu:

- | | |
|---|-------------|
| 1) rulete (cilindriskā spēle) — par katru gadu | — Ls 16 500 |
| 2) kāršu un kauliņspēles — par katru gadu | — Ls 4000 |
| 3) bingo (līdz 100 vietām) | — Ls 11 000 |
| 4) bingo (līdz 200 vietām) | — Ls 16 500 |
| 5) bingo (līdz 300 vietām) | — Ls 22 000 |
| 6) bingo (virs 300 vietām) | — Ls 33 000 |
| 7) totalizators | — Ls 30 000 |
| 8) videospēles un mehāniskie automāti
par katru spēļu automātu | — Ls 600 |

No šīm noteiktajām likmēm azartspēļu nodoklis jāmaksā

• Rīgā	100%
• Ventspili, Liepājā un Jūrmalā	90%
• Daugavpili, Rēzeknē un Jelgavā	80%
• pārējās Latvijas pilsētās	70%
• pārējā Latvijas teritorijā	60%

Par speciālas atļaujas (licences) izsniegšanu no izložu organizētājiem iekasējama valsts nodeva:

1) par valsts mēroga izlozēm —	
par katru kalendāro gadu —	Ls 10 000
2) par vietēja mēroga izlozēm —	
par katru kalendāro gadu —	Ls 500
3) par valsts mēroga momentloterijām —	
par katru izlozi —	Ls 6000
4) par vietēja mēroga momentloterijām —	
par katru izlozi —	Ls 500

Izložu nodokli aprēķina pēc šādām likmēm no biļešu realizācijas:

• izlozēm —	8%
• momentloterijām —	10%

No valsts nodevas par licences izsniegšanu ir atbrīvotas un ar izložu nodokli netiek apliktas sabiedriskās organizācijas un to apvienības un reliģiskās organizācijas, ja tās organizē likumā noteiktās vietēja mēroga vienreizēja rakstura izlozes.

Ar azartspēļu nodokli neapliek azartspēles, kas tiek organizētas transportlīdzekļos, kuri veic starptautiskus reisus, ja spēļu zāli var izmantot tikai reģistrētie pasažieri.

Ienākumi no valsts mēroga izložu nodokļa ieskaitāmi MK speciālajā budžetā, bet no vietēja mēroga izložu nodokļa — tās pašvaldības budžetā, kuras teritorijā tiek organizēta izloze.

5.2.9. Muitas nodoklis

Muitas nodokļi tiek uzlikti saskaņā ar likumu "Par muitas nodokli (tarifiem)". Šis likums nosaka kārtību, kādā Latvijas Republikas muitas teritorijā preces un citus priekšmetus apliek ar muitas nodokli, piemērojot muitas tarifos norādītās muitas nodokļa likmes. Muitas tarifi ir noteiktā sistēmā apkopotas ievedmuitas vai izvedmuitas nodokļa likmes. Muitas nodokli likumā noteiktajā kārtībā valsts budžetā maksā fiziskās un juridiskās personas, kas ieved Latvijas Republikā vai izved no tās preces vai citus priekšmetus. Maksājumi jāizdara bezskaidras naudas norēķina veidā, bet fiziskajām personām atļauts maksājumus kārtot arī skaidrā naudā. Ievedmuitas un izvedmuitas nodokļa likmes ir atrodamas likuma pielikumos.

Muitas nodokli nosaka, pamatojoties uz

- preču vai citu priekšmetu muitas vērtību;
- muitas tarifiem;
- šajā likumā un starptautiskajos līgumos paredzētajiem preču un citu priekšmetu izcelsmes noteikumiem.

Preču un citu priekšmetu muitas vērtība tiek izmantota, lai aprēķinātu muitas nodokli un citus maksājumus. Muitas vērtību nosaka pēc vienas no šīm metodēm:

- 1) pēc ievedamo preču vai citu priekšmetu līgumcenas, ko norāda pats deklarētājs;
- 2) pēc identisku preču vai citu priekšmetu muitas vērtības;
- 3) pēc vienvērtīgu preču vai citu priekšmetu muitas vērtības;
- 4) pēc tādu preču vai citu priekšmetu muitas vērtības, kuru izcelsmes valsts ir cita.

Muitas nodokļu likmes nosaka procentos no preču un citu priekšmetu muitas vērtības vai latos atbilstoši preču un citu priekšmetu mērvienībai. Vienai un tai pašai precei vai priekšmetam var noteikt dažādas (sezonas) nodokļa likmes, norādot muitas tarifus, to darbības laiku.

Ievedmuitas un izvedmuitas nodokļu likmes:

- 1) pamatlikme;
- 2) likme, kas piemērojama tirdzniecībā ar valstīm, ar kurām Latvijai ir spēkā vislielākās labvēlības režīms;
- 3) likme, kas piemērojama tirdzniecībā ar valstīm, ar kurām Latvijai ir spēkā brīvās tirdzniecības režīms;
- 4) likme, kas piemērojama tirdzniecībā ar valstīm, kurām Latvija piešķirusi tirdzniecības atvieglojumus).

Likumā "Par muitas nodokli (tarifiem)" ir uzskaitīti arī muitas nodokļa atvieglojumi.

Nodokļu likumdošana nepārtraukti pilnveidojas. Mainās likumu prasības, normas un nodokļu likmes. Tāpēc ir nepieciešams sekot līdzi nodokļu likumdošanas izmaiņām vai izmantot nodokļu konsultantu pakalpojumus.

GRĀMATVEDĪBA

6.1. GRĀMATVEDĪBAS UZDEVUMI UN DATU LIETOTĀJI

Grāmatvedības uzskaitē ir sava veida valoda, un jebkuras valodas mērķis ir informācijas nodrošināšana. Grāmatvedības informāciju satur dokumenti, kurus sauc par finanšu atskaitēm. Turklāt grāmatvedības uzskaites dati izmantojami nodokļu atskaitēs, informāciju par uzņēmumu var pieprasīt arī valsts statistikas dienests, banku iestādes, augstākstāvošā organizācija, citas juridiskas vai fiziskas personas.

Uzņēmuma grāmatvedība pilda kontroles funkcijas un dod iespēju veikt pārbaudi kreditoriem, ieguldītājiem, finanšu iestādēm.

Ir šādi uzņēmuma grāmatvedības datu izmantotāji:

1. Valsts ieņēmumu dienests — kontrolē nodokļu un nodevu iemaksas valsts budžetā.
2. Statistika — apkopo datus pa nozarēm, teritoriālajām vienībām visas tautas mērogā, dod informāciju tautsaimniecības nozaru attīstības prognozēšanai.
3. Banka — veic uzņēmuma finansēšanu un kreditēšanu, bet pārskatu datus izmanto uzņēmumu norēķinu kārtības kontrolei, kredīta nodrošinājuma pārbaudei.
4. Birža — kontrolē uzņēmuma maksātspēju, t. i., nodrošinājumu ar naudas līdzekļiem, lai samaksātu par materiālu piegādēm, kā arī ar kreditoru parādu apmērus.

- 5. Uzņēmumi — novērtē klienta vai partnera finansiālo stāvokli pirms saimniecisko līgumu noslēgšanas.
- 6. Sabiedrība — novērtē uzņēmuma finansiālo stāvokli, tādevumu valsts budžetam, sabiedrībai.

Nedrīkst aizmirst, ka arī katram uzņēmuma darbiniekam ir svarīgs darba devēja finansiālais stāvoklis.

Uzņēmuma grāmatvedībā izšķir **finanšu** un **vadības** grāmatvedību. Finanšu grāmatvedības galvenais mērķis ir sniegt patiesu un skaidru priekšstatu par uzņēmuma līdzekļiem, finansiālo stāvokli, peļņu vai zaudējumiem. Finanšu uzskaites informācija ir publicējama, tas nozīmē, ka tā ir atklāta. Tā satur datus, kas saskaņā ar spēkā esošajiem normatīvajiem aktiem ir iekļaujami uzņēmuma pārskatos — bilancē, peļņas vai zaudējumu, kā arī naudas plūsmas aprēķinos un pielikumos. Šo informāciju neuzskata par komercnoslēpumu.

Tomēr finanšu pārskatos ietvertā informācija parasti nav tik plaša un detalizēta, lai ar to pietiktu uzņēmuma vadīšanai.

Otra grāmatvedības nozare — vadības grāmatvedība — neparedz oficiālu un visiem kreditoriem, investoriem un pārējiem interesentiem pieejamu finanšu informāciju. Šīs grāmatvedības nozares galvenais uzdevums ir sniegt detalizētu informāciju uzņēmuma vadīšanai un stratēģisku lēmumu pieņemšanai. Vadības grāmatvedība pamatojas uz finanšu grāmatvedības (pagātnes) datiem un var sagatavot datus uzņēmuma vadītājiem uzņēmuma turpmākās darbības plānošanai (nākotnei). Vadības grāmatvedība ietver jautājumus, kas saistīti ar ražošanas izmaksu uzskaiti, pašizmaksas kalkulāciju, kā arī jautājumus, kuri palīdz izlemēt, kādu produkciju ražot, kā finansēt uzņēmumu.

*Finanšu grāmatvedība ir vērsta uz pagātņi,
bet vadības grāmatvedība ir vērsta uz nākotni*



Uzņēmuma vadītājam ir jāpieņem daudz un dažādi lēmumi, bet labus un pamatotus lēmumus var pieņemt tikai uz objektīvas un ticamas informācijas bāzes.

Uzņēmuma grāmatvedībai ir jāveic šādi uzdevumi.

1. Jāparāda uzņēmuma līdzekļu un parādu stāvoklis.
2. Regulāri jāreģistrē itin visas izmaiņas līdzekļu un parādu apmēros.
3. Jānoskaidro uzņēmuma sniegums, tā darbības finanšu rezultāti — peļņa vai zaudējumi, reģistrējot atsevišķi izdevumus un ieņēmumus.
4. Jādod dati gatavo izstrādājumu cenas aprēķināšanai (kalkulācijai).
5. Jādod rādītāju skaitliskie lielumi uzņēmuma iekšējai kontrolei.
6. Jādod pamatojumi nodokļu aprēķiniem.
7. Jādod pierādījumi tiesas strīdos ar citiem uzņēmumiem, iestādēm, organizācijām vai atsevišķām personām.

Kad uzskaitīti visi šie uzdevumi, redzams, ka jebkuram uzņēmējam vajadzīga uzskaitē, bez tās nevarēs sekmīgi darboties.

Grāmatvedības pamatprasības:

Grāmatvedība uzskatāma par kārtīgu tad, ja tā dod iespēju kompetentai trešajai personai gūt pārskatu par noteiktā laika periodā notikušo uzņēmuma saimniecisko darbību, kā arī par tā līdzekļu, finanšu un peļņas vai zaudējumu stāvokli

1993. gadā tika pieņemti divi saistīti likumi "Par grāmatvedību" (tajā noteikti vispārējie grāmatvedības principi, kā arī vienotie grāmatvedības uzskaites metodiskie un organizatoriskie pamati dažādām uzņēmējdarbības formām) un "Par uzņēmuma gada pārskatiem"

(tas reglamentē finanšu pārskatu sastādīšanas kārtību atbilstoši Eiropas Savienības starptautisko grāmatvedības standartu prasībām).

Kopš 1993. gada šajos likumos vairākkārt ir izdarīti grozījumi.

PAR GRĀMATVEDĪBAS UZSKAITI IR ATBILDĪGA PIRMĀ PERSONA — VIS-
AUGSTĀKĀ LĪMEŅA VADĪTĀJS (VAI INDIVIDUĀLAIS ĪPAŠNIEKS).

Grāmatvedības uzskaitē var būt organizēta:

- izveidojot grāmatvedību kā patstāvīgu uzņēmuma struktūrvienību;
- izmantojot grāmatvedības uzņēmumu vai citu uzņēmumu pakalpojumus, noslēdzot attiecīgu līgumu;
- individuālajam komersantam pašam veicot ar grāmatvedību saistītos darbus

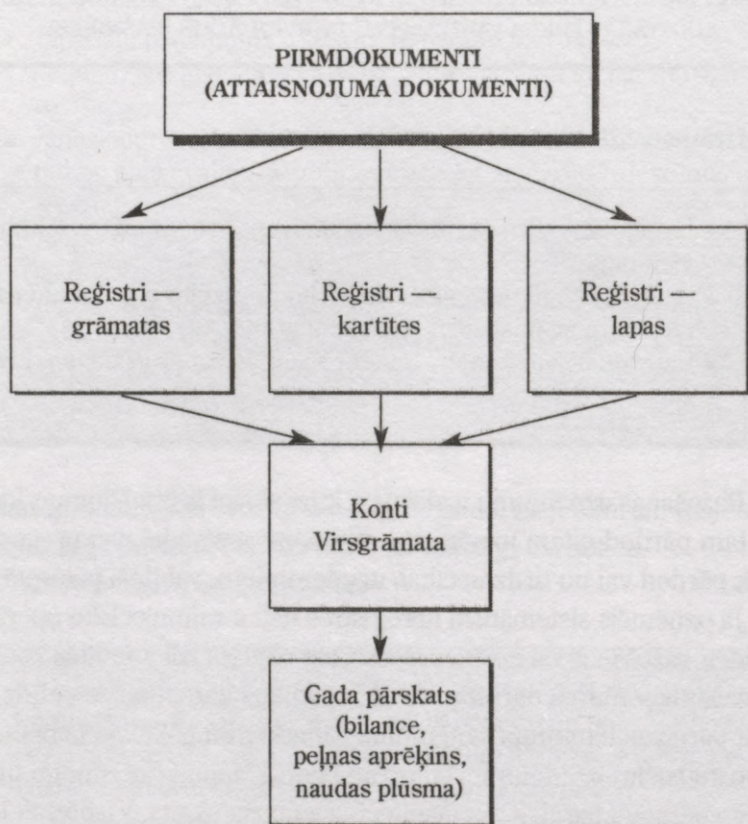
Ražošanas uzņēmumu uzdevums ir izgatavot izstrādājumus, kurus pēc tam pārdod citam uzņēmumam tālākai apstrādei, vai preces, ko vēlāk pārdod vai nu tirdzniecības uzņēmumiem, vai tieši patērētājam.

Ja uzņēmējs sistemātiski neregistrēs katru saimniecisko operāciju sagādes, ražošanas vai noieta procesā, tad viņš īsā laikā zaudēs kontroli pār sava uzņēmuma darbību. Grāmatvedības datu analīze palīdz pieņemt pareizus lēmumus uzņēmuma vadīšanā un palielina uzņēmuma konkurētspēju.

*Grāmatvedība ir plānveida, pilnīga un
sistemātiski sakārtota viena uzņēmuma visu
saimniecisko operāciju reģistrācija
uz attaisnojuma dokumentu pamata*



Katram uzņēmumam jāizstrādā un jāapstiprina dokumenti, kuros ir noteikta grāmatvedības uzskaites kārtība, kā arī dokumentu aprites shēma, kura atspoguļo izvēlēto grāmatvedības uzskaites kārtību. Vispārīga dokumentu aprites shēma ir šāda.



6.1. shēma. Grāmatvedības uzskaites shēma

Visa daudzveidīgā uzņēmuma darbība sastāv no saimnieciskām operācijām. Katras saimnieciskās operācijas pamatā ir noteikts

attaisnojuma dokuments. Tajā jābūt uzrādītam uzņēmuma nosaukumam, reģistrācijas numuram, dokumenta nosaukumam un sastādīšanas datumam, darījuma aprakstam un, ja nepieciešams, pamatojumam, darījuma daudzumiem, summām, atbildīgo personu parakstiem. Attaisnojuma dokumenti ir pamatojums saimniecisko operāciju veikšanai, tos uzglabā, sistematizējot hronoloģiskā secībā.

Strādājot ar šiem dokumentiem, grāmatvedis atspoguļo informāciju grāmatvedības uzskaites reģistros.

Grāmatvedības reģistri ir dažādu formu veidlapas, kurās sistemātiski tiek izdarīti un uzkrāti ieraksti par vienveidīgiem saimnieciskiem darījumiem



Grāmatvedības reģistros ierakstus drīkst izdarīt tikai uz attaisnojuma dokumenta pamata

Lietojamo reģistru skaits atkarīgs no uzņēmuma veida un lieluma. Pēc formas grāmatvedības reģistri var būt

- grāmatas;
- kartītes;
- vaļējas lapas.

Grāmatas atver, vai nu sākot uzņēmējdarbību, vai gada sākumā. Grāmatu lapām jābūt numurētām, un pēdējā lappusē ar zīmogu un atbildīgo personu parakstiem jāapliecina lappušu skaits. Visbiežāk lieto

- kases grāmatu — tajā reģistrē visas saņemtās un izsniegtās skaidrās naudas summas;
- rēķinu grāmatu;
- krājumu grāmatu;
- pamatlīdzekļu uzskaites grāmatu u. c.

Kartītes lieto pamatlīdzekļu, materiālu, gatavās produkcijas un aprēķinātās algas uzskaitēi. Kartītes ir ērtas grupēšanai.

Vaiējās lapas izmanto dažādu žurnālu iekārtošanai.

Grāmatvedības reģistrus var sastādīt un kārtot arī ar speciālām grāmatvedības programmām.

Virsgŗamatā jeb galvenajā grāmatā darījumus reģistrē naudas izteiksmē un ieraksta apkopotus datus par saimnieciskajām operācijām no pārējām grāmatām un reģistriem. Mazliet vairāk par virsgŗamatu — nākamajā apakšnodaļā.

Jebkurā gadījumā visi grāmatvedības organizācijas dokumenti — kontu plāni, grāmatošanas programmas (par kontiem un grāmatošanu arī vēl turpmāk), reģistri, attaisnojuma dokumenti, inventāra saraksti, sākuma bilance un gada pārskati ar pielikumiem — ir jāuzglabā sakārtoti. Visus grāmatvedības dokumentus, izņemot sākuma bilanci un gada pārskatu, var uzglabāt datora atmiņā (disketē) vai mikrofilmā. Latvijas likumdošana paredz, ka

- attaisnojuma dokumenti par darbiniekiem aprēķināto algu ar sadalījumu pa gadiem un mēnešiem ir uzglabājami 75 gadus;
- pārējie attaisnojuma dokumenti ir uzglabājami 5 gadus;
- pārējā grāmatvedības dokumentācija — 10 gadus.

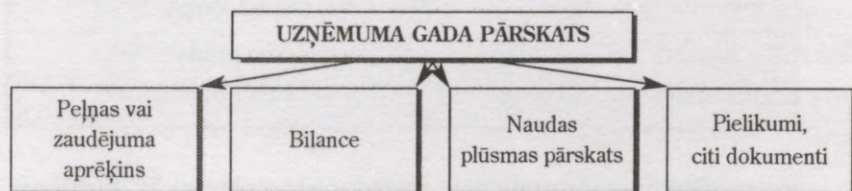
(Likuma "Par grāmatvedību" 10. pants)

6.2. GRĀMATVEDĪBAS NORMATĪVIE DOKUMENTI

Turpmāk aplūkosim dažus svarīgākos grāmatvedības dokumentus, kas iekļaujami uzņēmuma gada pārskatos. Uzņēmuma gada pārskatā ietilpst

- 1) peļņas vai zaudējuma aprēķins;
- 2) bilance;
- 3) naudas plūsmas pārskats;

- 4) pielikumi (tajos tiek sniegta papildu informācija un paskaidrojumi par pirmajām trim pārskata sastāvdaļām), kā arī citi dokumenti.



6.2. shēma. Uzņēmuma gada pārskata dokumenti

Arī plānojot uzņēmējdarbību, ir nepieciešams sastādīt peļņas vai zaudējumu aprēķinu, bilanci un naudas plūsmas pārskatu, tikai — raugoties nākotnē.

6.2.1. Balance

Balances ir viens no svarīgākajiem uzņēmuma grāmatvedības dokumentiem. Latīņu valodā tas nozīmē — līdzsvars. Grāmatvedības gadījumā balance atspoguļo līdzsvaru starp uzņēmuma saimniekošanas līdzekļiem (naudu, mantu) un šo līdzekļu avotiem (pašu īpašnieku ieguldīto, kredītiem).



Balances parāda uzņēmuma līdzekļus un to avotus konkrētā momentā

Balancē naudas izteiksmē ir apkopoti šādi dati.

1. Visi uzņēmuma rīcībā esošie līdzekļi — balances aktīvs jeb kreisā puse.
2. Avoti, no kuriem uzņēmums iegādājies šos līdzekļus, — balances pasīvs jeb labā puse.



Aktīvs	Pasīvs
Kapitāla izmantošana jeb investēšana	Kapitāla izcelšanās jeb finansēšana
<ul style="list-style-type: none"> • ilgtermiņa ieguldījumi • apgrozāmie līdzekļi 	<ul style="list-style-type: none"> • pašu kapitāls • svešais kapitāls

Katru dienu uzņēmums veic dažādas saimnieciskās darbības. Līdz ar to var mainīties gan uzņēmuma līdzekļu (aktīvu) struktūra, gan līdzekļu avotu (pasīvu) struktūra, gan arī bilances kopsomma (saimnieciskajā darbībā iesaistīto līdzekļu summa). Piemēram, pārprot izejvielas, palielinās krājumi, bet samazinās uzņēmuma naudas līdzekļi. Savukārt, apmaksājot rēķinus, samazinās naudas līdzekļi, bet samazinās arī parādi preču piegādātājiem. Tāpēc bilance vienmēr ir sastādāma uz noteiktu datumu. Parasti to veic uz pārskata perioda — mēneša, ceturkšņa, gada — pēdējās darbdienu beigām.

Informācija bilancē ir sniegta stingri noteiktā kārtībā. Katra līdzekļu grupa un kapitāla avoti ir atspoguļoti savā rindā ar noteiktu numuru.

Aktīvs

Bilances kreisā puse (aktīvs) sniedz informāciju par uzņēmuma līdzekļiem.

Uzņēmuma līdzekļus bilancē fiksē divās iedaļās.

- **Ilgtermiņa ieguldījumi** — tie ir tādi uzņēmuma līdzekļi, ar kuriem saimnieko ilgāk par vienu gadu. Tos savukārt var iedalīt trīs daļās.
 1. Nemateriālie ieguldījumi — par naudu nopirkta tiesības: licences, datorprogrammas, patenti, preču zīmes.
 2. Pamatlīdzekļi — ēkas, būves, iekārtas (līdzekļi, kuru vērtība lielāka par Ls 50 gabalā), kā arī zemes gabali.

3. Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi — uzņēmuma līdzekļi, kas ieguldīti citu uzņēmējstruktūru statūtu fondos.
- **Apgrozāmie līdzekļi** — to līdzdalība uzņēmuma saimnieciskajā aprītē ir vai nu mazāka par vienu gadu, vai arī nepārsniedz viena ražošanas cikla garumu (no izejvielu iegādes vai pasūtījuma pieņemšanas brīža līdz naudas saņemšanai par gatavo precī vai pasūtījumu). Šos līdzekļus var iedalīt četrās daļās.
 1. Krājumi — izejvielas un gatavie ražojumi.
 2. Norēķini ar debitoriem — pircēju parādi.
 3. Vērtspapīri un īstermiņa līdzdalība kapitālos.
 4. Naudas līdzekļi kasē un bankā.

Pasīvs

Bilances labā puse (pasīvs) sniedz informāciju par līdzekļu avotiem. Pasīvs sastāv no šādām iedaļām.

- **Pašu kapitāls**, kas veidojas no
 - 1) statūtu fonda, ko veido uzņēmējstruktūras īpašnieki no saviem līdzekļiem. Statūtu fondu bilancē sauc par pamatkapitālu, tās ir uzņēmuma saistības pret saviem dibinātājiem;
 - 2) nesadalītās un uzkrātās peļņas — rezervēm, kas veidojušās no iepriekšējo gadu peļņas. Par noteiktas peļņas daļas novirzīšanu “statūtu fonda papildināšanai” jeb uz t. s. rezerves fondu lemj uzņēmuma īpašnieki, finanšu gada beigās vienojoties par peļņas sadali. Vienlaikus likumdošana paredz obligātas rezerves sabiedrībām ar ierobežotu mantisko atbildību — ne mazākas par vienu trešdaļu no sabiedrības pamatkapitāla.
- **Kreditori (saistības)** — uzņēmuma parādu kopsumma, kas sastāv no ilgtermiņa un īstermiņa parādiem.

Bilances daļas un iedaļas veidojas no atsevišķiem bilances posteņiem jeb ierakstiem. Atbilstoši katram bilances postenim tiek atvērti

konti. Konta atlikums vienlaikus ir lielums bilances postenī, un otrādi — skaitlis bilancē liecina par tādu pašu atlikumu konkrētajā kontā. Saskaņā ar bilances pusi (kreiso vai labo), kura tiek pārstāvēta, konti var būt aktīvie vai pasīvie. Sīkāk par kontiem — turpmāk.

Bilances aktīvu kopsummai vienmēr jāsakrīt ar bilances pasīvu kopsummu. Ja šie skaitļi nesakrīt, tad, sastādot bilanci, pieļauta kļūda. Ieraksti bilancē vienmēr jāveic pilnos latos. Atbilstoši Latvijas likumdošanai bilanci sastāda ne retāk kā reizi gadā, bet bankas savu bilanci sastāda reizi mēnesī. Lielie uzņēmumi, kam ir daudz klientu un darījumu partneru, savu bilanci sastāda reizi nedēļā vai pat biežāk.

P i e m ē r s

Dibinot uzņēmumu, tiek apstiprināts pamatkapitāla (statūtu fonda) apjoms Ls 2000. Pamatkapitāla apjomā uzņēmums iegādājās līdzekļus saimnieciskajai darbībai. Līdz ar to uzņēmuma sākuma bilance ir šāda.

Aktīvs		Pasīvs	
Pamatlīdzekļi	Ls 1000	Pamatkapitāls	Ls 2000
Materiāli	Ls 1000		
	Ls 2000		Ls 2000

Sākot darbību, uzņēmumā tiek veiktas saimnieciskās operācijas, kuru rezultātā bilances posteņi mainās. Uzņēmumam banka piešķir kredītu Ls 1400, un nauda tiek ieskaitīta uzņēmuma norēķinu kontā.

Aktīvs		Pasīvs	
Pamatlīdzekļi	Ls 1000	Pamatkapitāls	Ls 2000
Materiāli	Ls 1000	Parāds bankai	Ls 1400
Nauda bankā	Ls 1400		
	Ls 3400		Ls 3400

Uzņēmums iegādājas preces par Ls 800, maksājot par to no norēķina konta.

Aktīvs		Pasīvs	
Pamatlīdzekļi	Ls 1000	Pamatkapitāls	Ls 2000
Materiāli	Ls 1000	Parāds bankai	Ls 1400
Preces	Ls 800		
Nauda bankā	Ls 600		
	Ls 3400		Ls 3400

No norēķinu konta bankai pārskaita naudu parāda dzēšanai Ls 400.

Aktīvs		Pasīvs	
Pamatlīdzekļi	Ls 1000	Pamatkapitāls	Ls 2000
Materiāli	Ls 1000	Parāds bankai	Ls 1000
Preces	Ls 800		
Nauda bankā	Ls 200		
	Ls 3000		Ls 3000

Redzams, ka ikviena saimnieciskā operācija izraisa izmaiņas vienlaikus divos bilances postešos par vienu un to pašu lielumu.

Kā jau tika pieminēts, bilanci nesastāda katru dienu, taču katru dienu tiek veiktas daudzas un dažādas saimnieciskās operācijas. Tāpēc ērtāk tās ir atspoguļot kontos, kuru datus jebkurā brīdī var izmantot bilances sastādīšanai.

Konti ir grāmatvedības dokumentācijas sastāvdaļas. Tie kalpo saimniecisko operāciju uzskaitēi uzņēmumā.

*Kontā uzrāda pēc ekonomiskā satura
vienveidīgus līdzekļus vai to avotus*



Parasti konts ir divdaļīga tabula, kurai kreisās puses nosaukums vienmēr ir “debets”, labās puses nosaukums — “kredīts”. Ieraksti konta vienā pusē nozīmē, piemēram, līdzekļu palielinājumu, pretējā pusē — samazinājumu. Ar šādas uzskaites palīdzību ir samērā vienkārši un uzskatāmi sekot konkrētu līdzekļu izmaiņām. Piemēram, naudas līdzekļi uzņēmuma kasē latos (konta atainojums simbolisks).

Konta nosaukums “Kase”			
Debets		Kredīts	
Sākuma atlikums 1. aprīli	500		
Iemaksāta nauda 10. aprīli	100	Izmaksāta nauda 4. aprīli	200
Iemaksāta nauda 15. aprīli	100	Izmaksāta nauda 28. aprīli	100
Kopā līdzekļu palielinājums (apgrozījums)	200	Kopā līdzekļu samazinājums (apgrozījums)	300
Beigu atlikums 30. aprīli	400		

Kontus, kuru atlikumus izmanto grāmatvedības bilances sastādīšanai, sauc par bilances kontiem. Tos iedala aktīvajos un pasīvajos. Aktīvajos kontos atspoguļo saimnieciskos līdzekļus — ar kādu mantu vai naudu uzņēmums rīkojas, bet pasīvajos kontos parāda saimniecisko līdzekļu avotus — uz kā rēķina uzņēmums saimnieko (par pašu līdzekļiem, uz kredīta). Aktīvo kontu atlikumi veido bilances aktīvus, pasīvo kontu atlikumi — bilances pasīvus.

Apskatītājā kontā “Kase” piemērā atlikumam 1. aprīli atbilstu bilances posteņa ieraksts Ls 500, bet bilancē uz 30. aprīli — Ls 400.

Ko izmanto, sastādot kontu?

1. Kontu parasti definē nevis ar nosaukumu, bet — īsuma dēļ — ar kodu. Kontu numerācijas shēma parādīta kontu plānā. Tad iepriekšējā piemēra vārda “Kase” vietā varētu būt — Konts

Nr. 2610. (Turpmāk uzskatāmības dēļ lietosim kontu vārdiskos nosaukumus.)

2. Sākuma atlikumu dēvē par sākuma saldo. Tas ir atlikums konta pārskata perioda sākumā. Savukārt pārskata perioda robežas ir kalendārie datumi. Izplatītākie pārskata periodi ir mēnesis, ceturksnis, gads.
3. Sākuma saldo ir rakstāms debeta ailē, ja konts ir aktīvais (apskatītajā piemērā — kase), kredīta ailē — ja konts ir pasīvais.
Šādus ierakstus varētu lasīt
aktīvajā kontā — “Uz 1. aprīli uzņēmuma rīcībā ir nauda (manta) par Ls ...”
pasīvajā kontā — “Uz 1. aprīli uzņēmumam ir parāds (sev, citiem) par Ls ...”
4. Apgrozījums pārskata periodā ir palielinājuma vai samazinājuma summa. Parasti to nosaka atsevišķi debeta ailē un atsevišķi kredīta ailē.
Šajā piemērā debeta apgrozījums ir $100 + 100 = 200$; aktīvajiem kontiem tas izsaka līdzekļu kopējo palielinājumu pārskata periodā, un kredīta apgrozījums ir $200 + 100 = 300$; aktīvajiem kontiem tas izsaka līdzekļu kopējo samazinājumu pārskata periodā. Pasīvajiem kontiem debeta apgrozījums rāda parādu samazinājumu, kredīta apgrozījums — parādu palielinājumu.
Aprēķinot apgrozījumu, tajā neieskaita sākuma saldo summu.
5. Slēguma (vai beigu) saldo ir atlikums kontā pārskata perioda beigās. To nosaka pēc sākuma saldo un apgrozījuma:

Slēguma saldo = sāk. saldo + līdzekļu (parādu) palielinājums –
līdzekļu (parādu) samazinājums

Apskatītajā piemērā: slēguma saldo = $500 + 200 - 300 = 400$.
Slēguma saldo ierakstāms tajā pašā pusē (debitā vai kredītā), kur sākuma saldo.

Slēguma saldo ir nākamā pārskata perioda sākuma saldo.

Bez bilances kontiem grāmatvedībā lieto arī t. s. operāciju kontus, piemēram, "Uzņēmuma ieņēmumi", "Uzņēmuma izdevumi". Šo kontu īpatnība — ieraksti vairāk ir attiecināmi vai nu uz debetu, vai kredītu. Operāciju kontus izmanto, nosakot un sadalot peļņu.

Uzņēmumu *kontu plāns* paredz katram no uzņēmuma saimnieciskajiem līdzekļiem vai šo līdzekļu avotiem savu kontu, kam piešķirts četrciparu kods. Ieskatam piedāvājam kontu shēmu.

Bilances konti

1. Ilgtermiņa ieguldījumi
 - 1.1. Nemateriālie ieguldījumi
 - 1.2. Pamatlīdzekļi
 - 1.3. Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi
2. Apgrozāmie līdzekļi
 - 2.1. Krājumi
 - 2.2. Produktīvie un darba dzīvnieki
 - 2.3. Norēķini par prasībām (ar debitoriem)
 - 2.4. Nākamo periodu izdevumi
 - 2.5. Vērtspapīri apgrozāmo līdzekļu sastāvā un īstermiņa līdzdalība kapitālos
 - 2.6. Naudas līdzekļi
3. Pašu kapitāls
 - 3.1. Pamatkapitāls vai līdzdalības kapitāls, agio, ilgtermiņa ieguldījumu pārvērtēšanas rezerve

3.2. Privātkonti

3.3. Rezerves

3.4. Nesadalītā peļņa vai nesegtie zaudējumi

4. Uzkrājumi

4.1. Uzkrājumi pensijām pielīdzināmām saistībām

4.2. Uzkrājumi paredzamiem nodokļiem

4.3. Citi uzkrājumi

5. Kreditori

5.1. Norēķini par aizņēmumiem

5.2. Norēķini par saņemtajiem avansiem

5.3. Norēķini ar piegādātājiem un darbuzņēmējiem

5.4. Maksājamie vekseli

5.5. Norēķini ar uzņēmumiem, dalībniekiem un personālu

5.6. Norēķini par darba samaksu un ieturējumiem

(izņemot nodokļus)

5.7. Norēķini par nodokļiem

5.8. Norēķini par dividendēm

5.9. Nākamo periodu ieņēmumi

Operāciju konti

6. Ieņēmumi no uzņēmuma saimnieciskās darbības

6.1. Ieņēmumi no pārdošanas, apliekami ar nodokļiem
vispārējā kārtībā

6.2. Ieņēmumi no pārdošanas, citādi apliekami ar nodokļiem

6.3. Komisijas, starpniecības u. c. ieņēmumi

- 6.4. Ieņēmumus samazinošas atlaides
- 6.5. Pārējie uzņēmuma ieņēmumi
- 6.6. Produkcijas krājumu un nepabeigtās ražošanas vērtības izmaiņas
- 6.7. Citu periodu ieņēmumi, kas attiecas uz pārskata periodu
- 6.9. Sociālās infrastruktūras iestāžu un pasākumu ieņēmumi
- 7. Saimnieciskās darbības izdevumi
 - 7.1. Izdevumi izejvielu, materiālu un preču iepirkšanai
 - 7.2. Personāla izmaksas
 - 7.3. Sociālās nodevas un izmaksas
 - 7.4. Pamatlīdzekļu nolietojums un citu ieguldījumu vērtības norakstījumi
 - 7.5. Pārējie saimnieciskās darbības izdevumi
 - 7.6. Preču pārdošanas izdevumi
 - 7.7. Administrācijas izdevumi
 - 7.8. Pārskata periodā iekļaujamie iepriekšējo periodu izdevumi
 - 7.9. Sociālās infrastruktūras uzturēšanas izdevumi
- 8. Dažādi ieņēmumi un izdevumi, peļņa un zaudējumi
 - 8.2. Dažādi ieņēmumi
 - 8.3. Dažādi izdevumi
 - 8.4. Ārkārtas ieņēmumi
 - 8.5. Ārkārtas izdevumi
 - 8.6. Peļņa vai zaudējumi
 - 8.7. Peļņas izlietojums
 - 8.8. Nodokļi no peļņas un citi saimnieciskās darbības izdevumos neiekļaujamie nodokļi

Šajā kontu shēmā katram nosaukumam atbilst sikāks kontu iedalījums ar atbilstošu kodu.

Piemēram, iedaļai "2.6. Naudas līdzekļi" atbilst konti:

2610 — Kase

2620 — Norēķinu konti bankās

2640 — Akreditīvi, čeki un īpašu norēķinu formu konti

2650 — Citi konti bankās

2670 — Pārējie naudas līdzekļi

Divkāršā ieraksta metodi grāmatvedībā lieto attiecībā uz kontiem un bilanci. Tas izpaužas tā, ka katru saimniecisko operāciju fikse divās dokumentācijas vietās — debitā un kreditā par vienu un to pašu summu. Šādi ir vieglāk kontrolēt ierakstu pareizību (summām jāsakrīt), arī līdzekļu kustība ir uzskatāmāka — kur kļuvis vairāk, kur un kāpēc ir palicis mazāk. Kontus, kuros izpilda divkāršo ierakstu, sauc par korespondējošiem (saistītiem) kontiem. **Kontu korespondence** nozīmē kontu saistību divkāršajā ierakstā. Nereti kontu korespondences vietā lieto apzīmējumu — grāmatojums.

Divkāršais ieraksts vienmēr ir pāri — debets un kredits. Ir iespējami gadījumi, kad divkāršais ieraksts sastāv no trim vai vairākiem ierakstiem. Piemēram, debitā Ls 500, viena konta kreditā Ls 200 un cita konta kreditā Ls 300. Tad jāseko, lai debetu summa sakristu ar kredītu summu.

Lai varētu iegūt datus ne tikai par kontu atlikumiem bilances sastādīšanai, bet arī par kontu apgrozījumiem, jāizpilda virsgrāmatas ieraksti. Tajos atspoguļo visu kontu debeta un kredīta apgrozījumus, līdz ar to virsgrāmatā summējas visas uzņēmumā notikušās saimnieciskās operācijas.

Ieskatam neliels nosacīts virsgrāmatas fragments.

Konta nosaukums	Atlikums uz 1. decembri		Aprozījums decembrī		Atlikums uz 31. decembri	
	Debets	Kredits	Debets	Kredits	Debets	Kredits
Tehnoloģiskās iekārtas un mašīnas	3000		1000	0	4000	
...	
Izejvielas un materiāli	1200		100	700	600	
...	
Nauda kasē	1500		200	1200	500	
Naudas līdzekļi norēķinu kontā	2300		1100	1000	2400	
Pamatkapitāls		2000	0	0		2000
Rezerves fonds		700	0	0		700
...	
Ilgtermiņa aizņēmumi no kredītiestādēm		3000	1000	0		2000
Īstermiņa aizņēmumi no kredītiestādēm		1000	1800	1500		700
Norēķini ar piegādātājiem		600	400	300		500
...	
Kopā	9000	9000	7000	7000	8000	8000

Kontu aprozījumus var apkopot arī citādi — formas ziņā.

Pēc virsgrāmatas datiem tiek sastādīti pārskati — peļņas vai zaudējumu aprēķins, naudas plūsmas pārskats u. c. dokumenti.

6.2.2. Peļņas vai zaudējumu aprēķins

Uzņēmuma efektīvas darbības rezultātā rodas peļņa. Peļņas vai zaudējumu aprēķins ir viena no uzņēmumu gada pārskata sastāvdaļām. Tajā fiksē uzņēmējdarbības rezultātus noteiktā laika periodā (piemēram, ceturksnī, pusgadā, gadā). Līdzekļi, ko šajā laikā uzņē-

mums ir saņēmis, ir lielāki vai mazāki par līdzekļiem, ko uzņēmums šajā pašā laikā ir iztērējis. Peļņas vai zaudējumu aprēķinā ir jāiekļauj visi ieņēmumi un izmaksas neatkarīgi no maksājuma datuma, ja vien tie ir saistīti ar apskatāmo pārskata periodu.

Peļņas vai zaudējumu aprēķinu atļauts sastādīt četros dažādos veidos. To nosaka LR likuma "Par uzņēmumu gada pārskatiem" sadaļas "Vispārīgie noteikumi" 11., 12., 13., 14. pants.

Tomēr uzņēmums nevar katru gadu izvēlēties citu variantu peļņas vai zaudējumu aprēķina sastādīšanai. Ja forma ir izvēlēta, tad mainīt to iespējams tikai īpašas vajadzības gadījumā, ja tā lietota vismaz divus gadus pēc kārtas.

Apskatīsim nosacītu piemēru peļņas vai zaudējumu aprēķina variantam (Ls).

+	Neto apgrozījums	70 000
-	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	45 000
=	Bruto peļņa vai zaudējumi	25 000
-	Pārdošanas izmaksas	1500
-	Administrācijas izmaksas	10 000
-	Pamatlīdzekļu amortizācija	7500
=	Peļņa vai zaudējumi no pamatdarbības	6000
+	Pārējie ieņēmumi	1200
-	Pārējās izmaksas	2400
=	Peļņa pirms nodokļu atskaitīšanas	4800
-	Uzņēmuma ienākumu nodoklis	1200
=	Neto peļņa	3600

Peļņas vai zaudējumu aprēķina sākuma punkts ir produkcijas realizācijas neto apgrozījums. *Neto apgrozījums* ir ieņēmumi no preču un pakalpojumu realizācijas, no kuriem atskaitīti nodokļi (PVN, akcīzes).

Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas ietver materiālu vērtību, ražošanā nodarbinātā personāla darba algas, enerģijas izmaksas ražošanas vajadzībām. *Bruto peļņa* parāda apgrozījuma pārsniegumu pār pārdotās produkcijas ražošanas izmaksām. *Pārdošanas izmaksās* ietilpst reklāmas, transporta, apdrošināšanas un citas izmaksas. *Administrācijas izmaksās* ietilpst telpu nomas maksa, iekārtu remonta un uzturēšanas izmaksas, pārvaldes aparāta algas, komandējumu un citas izmaksas.

Pamatlīdzekļu *amortizācijas izmaksas* parasti parāda atsevišķā postenī.

Nolietojuma aprēķināšanā izmanto divas metodes:

- 1) lineāro metodi;
- 2) degresīvo metodi.

Šīs metodes tika aplūkotas tēmā par uzņēmuma ienākumu nodokļu aprēķināšanu.

Uzņēmuma saimnieciskā darbība ir jāatdala no citiem ieņēmumu avotiem, piemēram, dividenžu saņemšana no citos uzņēmumos ieguldītā kapitāla. Pie *pārējiem ieņēmumiem* pieder saņemtā nomas maksa, saņemtie procenti par aizdevumiem, ieņēmumi no pamatlīdzekļu realizācijas. *Pārējās izmaksas* — samaksātie procenti par aizņēmumiem, zaudējumi no investīcijām. *Uzņēmuma ienākuma nodokļa* lielums ir nosakāms ar atsevišķu aprēķinu, lai varētu ņemt vērā, piemēram, atlaides, nodokļu avansa maksājumus u. tml.

Peļņas vai zaudējumu aprēķinā iekļauto lielumu kopsakarība parādīta piemēra tabulas kreisajā pusē ar zīmēm "+", "-", un "=".

6.2.3. Naudas plūsmas pārskats

Naudas plūsmas pārskats ir tikpat nepieciešams finanšu dokuments kā peļņas vai zaudējumu aprēķins un bilance.

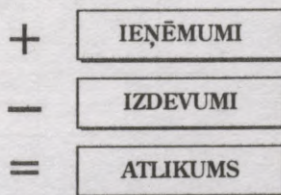
Naudas plūsmas pārskats, līdzīgi peļņas vai zaudējumu aprēķinam, fiksē darbību, kas notiek kādā laika periodā. Par to rakstīts iepriekš —

tēmā par biznesa plāna finansēm. Naudas plūsmas pārskats ļauj precīzāk analizēt arī naudas ieņēmuma avotus un naudas izlietojumu.

Pārskats par naudas plūsmu dod iespēju pilnīgāk novērtēt uzņēmuma finansiālo stāvokli. Tas ir pārskats par uzņēmuma finansiālā stāvokļa izmaiņām, kas sastādīts, ievērojot kases principu. Izmantojot ziņas par naudas līdzekļu apgrozību, var novērtēt notikušās izmaiņas uzņēmumu aktīvu un pasīvu struktūrā, kā arī uzņēmuma spēju dzēst savas saistības, var noteikt sagaidāmo naudas līdzekļu pieaugumu un nepieciešamību piesaistīt papildu finanšu resursus.

Sagatavojot finanšu uzskaites dokumentus, var noteikt, kāda būs jūsu darbība arī nākotnē.

Pārskats par naudas plūsmu satur informāciju par naudas apgrozību gada laikā — tās saņemšanu, izdošanu un neto pieaugumu vai samazinājumu pa atsevišķiem darbības virzieniem, ievērojot kases principu — ieņēmumi, izdevumi, atlikums. Naudas plūsmas pārskatā tiek reģistrēta jebkura bankas kontā un kasē ienākošā un izejošā nauda neatkarīgi no tās izcelsmes avota. Naudas plūsmas pārskatā ņem vērā faktisko naudas kustības laiku.



6.3. shēma. Kases princips

▶ Naudas plūsmas pārskatā svarīgs ir faktiskais brīdis, kad nauda ienāk vai iziet neatkarīgi no mērķa

Finanšu uzskaites dokumenti, kas atspoguļo naudas kustību, ir *kases grāmata un norēķinu konts bankā.*

*Naudas plūsmā var ierēķināt arī tā saucamos
naudas ekvivalentus — viegli un ātri naudā
pārvēšamus vērtspapīrus*

Pārskatā par naudas plūsmu naudas līdzekļu apgrozība tiek sa-
grupēta pa trim darbības virzieniem:

- saimnieciskā darbība;
- investīcijas;
- finansiālā darbība.

Pārskatu noslēdz dati par naudas pieaugumu vai samazinājumu
salīdzinājumā ar pārskata perioda sākumu. Vispārīgs naudas plūs-
mas pārskata saturs parādīts 6.4. shēmā.



6.4. shēma. Naudas plūsmas pārskats

Saimnieciskā darbība ir galvenais naudas līdzekļu avots, kas
nodrošina ne tikai patērēto resursu vienkāršo, bet arī paplašināto
atražošanu.

Ar saimniecisko darbību saistīto naudas plūsmu veido

- no pircējiem un pasūtītājiem saņemtās naudas summas, arī tās, kas attiecas uz citiem pārskata periodiem;
- saņemtā nomas maksa, komisijas atlīdzība un tamlīdzīgi ieņēmumi;
- apdrošināšanas atlīdzība un citas par zaudējumiem kompensācijā saņemtās summas;
- procenti, kas saņemti no citiem uzņēmumiem un kredītiestādēm.

Savukārt saimnieciskās darbības naudas izdevumus nosaka pretēja rakstura operācijas. Tie ir maksājumi par precēm un pakalpojumiem, darba algas un sociālās apdrošināšanas izmaksas, dzīvības un mantas apdrošināšana, samaksātie nodokļi, valsts nodevas, procenti par saņemtiem banku kredītiem. Kā redzams, daudzas naudas ieņēmumu un izdevumu pozīcijas pēc satura atbilst attiecīgajiem ieņēmumu un izmaksu posteņiem peļņas pārskatā.

Tajā pašā laikā vairāki citi peļņas vai zaudējumu posteņi (ieņēmumi no pamatlīdzekļiem, pārdošanas, no finanšu ieguldījumiem) nav iekļauti šajā naudas plūsmas pārskata nodaļā.

Investīcijas ir ļoti nozīmīga uzņēmuma darbības sfēra, to mērķis — nodrošināt naudas līdzekļu pieaugumu turpmākā laika periodā. Ar investīcijām saistīto naudas plūsmu veido

- pamatlīdzekļu iegāde un pārdošana;
- ieguldījumi meitas uzņēmumu, saistīto un citu uzņēmumu aktīvos;
- aizdevumi citiem uzņēmumiem un atmaksātās aizdevumu summas;
- no ilgtermiņa ieguldījumiem saņemtās dividendes;
- maksājumi sakarā ar nākotnes ligumiem un no tiem saņemtās

summas, izņemot gadījumus, kad tie saistīti ar uzņēmuma saimniecisko darbību.

Finansiālā darbība aptver operācijas, kuru rezultātā notiek izmaiņas uzņēmuma pašu kapitālā un saistībās, izņemot saimnieciskās darbības, kas saistītas ar precēm un pakalpojumiem. Ar finansiālo darbību saistīto naudas plūsmu veido

- pašu akciju emisija un izpirkšana;
- obligāciju, vekseļu un citu vērtspapīru emisija un izpirkšana;
- aizņēmumi no kredītiestādēm un to atmaksāšana, izņemot gadījumus, kad ir atvērta kredītlīnija;
- izmaksātās dividendes;
- maksājumi par finanšu līzingu.

Ja apgrozāmo līdzekļu atlikumi ir palielinājušies, tas nozīmē, ka to iegādei ir izlietoti papildu naudas līdzekļi, bet ražošanas izmaksas un peļņu tas neietekmē. Savukārt apgrozāmo līdzekļu atlikumu samazināšanās liecina, ka uzņēmums to iegādei izlietojis mazāk naudas līdzekļu nekā attiecināms uz izmaksām.

Izmantojot nosacītus datus, var sastādīt pārskatu par naudas apgrozījumu.

NAUDAS PLŪSMAS PĀRSKATS PAR ____ GADU (LATOS)

I. Ar saimniecisko darbību saistītā naudas plūsma	
Ieņēmumi no pircējiem un pasūtītājiem	+ 180 000
Ieņēmumi par nomu	+15 000
Maksājumi par precēm (izejvielām)	-100 000
Algas un sociālās apdrošināšanas maksājumi	-50 000
Citi izdevumi sakarā ar saimniecisko darbību (nodevas, nodokļi, apdrošināšana)	-25 000
Starpība	+ 20 000
II. Ar investīcijām saistītā naudas plūsma	
Ienākumi no pamatlīdzekļu pārdošanas	+1000
Saņemtās dividendes (no citur ieguldītā)	+7000
Izdevumi par pamatlīdzekļu iegādi	-20 000
Iegādātās akcijas	-5000
Starpība	-17 000
III. Ar finansiālo darbību saistītā naudas plūsma	
Papildieguldījumi pašu kapitālā	+ 6000
Saņemts aizdevums no bankas	+11 000
Dzēsti kredīti	-16 000
Izmaksātas dividendes	-2000
Starpība	-1000
IV. Naudas ienākumu un izdevumu kopsavilkums	
Naudas līdzekļu atlikums pārskata periodā sākumā	10 000
1. Saimnieciskās darbības naudas ienākumi	+20 000
2. Investīciju darbības naudas ienākumi	-17 000
3. Finansiālās darbības naudas ienākumi	-1000
Kopā naudas atlikumu izmaiņas	+2000
Naudas līdzekļu atlikums pārskata perioda beigās	12 000

Galvenās naudas plūsmas pārskata atšķirības no peļņas vai zaudējumu aprēķina ir

- naudas plūsmas pārskatā neiekļauj amortizācijas atskaitījumus, jo šie naudas līdzekļi paliek uzņēmuma rīcībā;
- peļņas vai zaudējumu aprēķinā ņem vērā preces realizācijas datumu un izejvielu saņemšanas datumu, nevis datumu, kurā tiek saņemta vai maksāta nauda

6.2.4. Uzņēmuma darbības vērtējums

Viena no svarīgākajām grāmatvedības uzskaites funkcijām ir uzņēmuma darbības analīze. Izmantojot datus gan no peļņas vai zaudējumu aprēķina, gan no bilances, iespējams aplūkot šādus darbības efektivitātes un finanšu stāvokļa vērtējuma aspektus; turklāt katram kritērijam atbilst vairāki rādītāji.

Kritērijs	Rādītāji
Likviditāte — spēja dzēst saistības (parādus)	Tekošā likviditāte Kopējā likviditāte Aprozāmo līdzekļu rezerve Maksātspēja
Stabilitāte — atkarības pakāpe no kreditoriem	Pašu kapitāla daļa Saistību daļa Saistību proporcija Kreditprocentu segums
Rentabilitāte — relatīva (procentuāla) peļņa	Realizācijas rentabilitāte Operatīvās darbības rentabilitāte Aktīvu rentabilitāte Pašu kapitāla rentabilitāte

Kritērijs	Rādītāji
Atdeve — un aprīte uzņēmumu līdzekļu izmantošana	Aktīvu atdeve Ilgtermiņa ieguldījumu atdeve Pašu kapitāla atdeve Apgrozāmo līdzekļu aprīte Krājumu aprīte Prasību atmaksa
Dinamika —	ieņēmumu, peļņas, aktīvu un pašu kapitāla izmaiņas
	Absolūtās izmaiņas Relatīvās izmaiņas

Katra rādītāja aprēķinu aplūkosim ar piemēru.
Izmantosim šādus datus (tūkstošos latu).

No peļņas vai zaudējumu aprēķina par apskatāmo gadu		No bilances uz apskatāmā gada beigām	
Neto apgrozījums	875	Ilgtermiņa ieguldījumi	49
Izmantoto materiālu izmaksas	677	Krājumi	153
Peļņa pirms kreditprocentu un nodokļu maksājumiem	31	Nauda kasē un bankā	2
Kreditprocentu maksājumi	3	Kopā aktīvi	284
Peļņa pirms nodokļu maksājumiem	28	Pašu kapitāls	147
Neto peļņa	21	Ilgtermiņa saistības	30
		Īstermiņa saistības	107

Uzņēmuma spēja dzēst savas saistības jeb **likviditāte**
Tekošā likviditāte = [visu naudas līdzekļu un debitoru parādu un
viegli realizējamo vērtspapīru kopsumma] : [īstermiņa saistības] =
(2+80) : 107 = 0,77 Ls/Ls

*Katru latu, kas pārstāv īstermiņa saistības, uzņēmums ir spē-
jīgs kompensēt ar Ls 0,77 savu naudas līdzekļu (neķeroties pie
preču, izejvielu krājumiem vai ilgtermiņa ieguldījumiem —
ēkām, tehnikas u. tml.).*

Kopējā likviditāte = [visi apgrozāmie līdzekļi] : [īstermiņa saistības] = $(153 + 80 + 1) : 107 = 2,20$ Ls/Ls

Katru latu, kas pārstāv īstermiņa saistības, uzņēmums ir spējīgs kompensēt ar Ls 2,20 savu apgrozāmo līdzekļu (neaiztiekot vienīgi ilgtermiņa ieguldījumus).

Apgrozāmo līdzekļu rezerve = [visi apgrozāmie līdzekļi] – [īstermiņa saistības] = $(153 + 80 + 2) - 107 = 128$ tūkst. Ls

Saimnieciskajā aprītē papildus varētu iesaistīt 128 tūkst. latu, tā ir līdzekļu aprītes paātrināšanas iespēja.

Maksāspēja = [visi aktīvi] : [visas saistības] = $284 : (30 + 107) = 2,07$ Ls/Ls

Katru latu, kas pārstāv savas saistības — gan īstermiņa, gan ilgtermiņa —, uzņēmums ir spējīgs dzēst ar Ls 2,07 visu savu saimnieciskajā darbībā iesaistīto līdzekļu.

Uzņēmuma neatkarība/atkarība no kreditoriem jeb stabilitāte

Pašu kapitāla daļa = [pašu kapitāls] : [visi aktīvi] = $147 : 284 = 0,52 = 52\%$

No visiem saimnieciskajā darbībā iesaistītajiem līdzekļiem 52% ir paša uzņēmuma (īpašnieku) līdzekļi.

Saistību daļa = [visas saistības] : [visi aktīvi] = $(30 + 107) : 284 = 0,48 = 48\%$

No visiem saimnieciskajā darbībā iesaistītajiem līdzekļiem 48% ir saistības jeb parādi.

Saistību proporcija = [visas saistības] : [pašu kapitāls] = $(30 + 107) : 147 = 0,93$

Katrā summā Ls 1,93 (1 + 0,93) saimnieciskajā darbībā iesaistīto līdzekļu viens lats ir paša uzņēmuma, bet Ls 0,93 ir piesaistīti līdzekļi.

Kreditprocentu segums = [peļņa pirms kreditprocentiem un nodokļiem] : [kreditprocentos maksājamā summa] = $31 : 3 = 10,3$ reizes

Kreditprocentu apmaksas iespējas ir vairāk nekā desmitkārtīgas (10,3 reizes).

Procentuālā/relatīvā peļņa jeb **rentabilitāte**

Realizācijas rentabilitāte = [neto peļņa] : [neto apgrozījums] =
21 : 875 = 0,024 = 2,4%

Katrā latā, ko gūst no produkcijas realizācijas vai pakalpojumu sniegšanas, ir 2,4 santīmi tīrās peļņas.

Operatīvās darbības rentabilitāte = [peļņa pirms kreditprocentu un nodokļu maksājumiem] : [neto apgrozījums] = 31 : 875 = 0,035 = 3,5%

Katrā latā, ko gūst no produkcijas realizācijas vai pakalpojumu sniegšanas, ir 3,5 santīmi tādas peļņas, no kuras nav atskaitīti ne kreditprocentu, ne nodokļu maksājumi.

Aktīvu rentabilitāte = [neto peļņa] : [visi aktīvi] = 21 : 284 = 0,074 = 7,4%

Tīrā peļņa ir 7,4 santīmi, rēķinot uz vienu latu saimnieciskajā darbībā iesaistīto līdzekļu.

Pašu kapitāla rentabilitāte = [neto peļņa] : [pašu kapitāls] =
21 : 147 = 0,143 = 14,3%

Tīrā peļņa ir 14,3 santīmi, rēķinot uz vienu latu paša uzņēmuma (īpašnieku) līdzekļu.

Uzņēmuma līdzekļu izmantošana jeb **atdeves un aprites rādītāji**

Aktīvu atdeve = [neto apgrozījums] : [visi aktīvi] = 875 : 284 = 3,08 Ls/Ls

Uzņēmuma ienākums ir Ls 3,08, rēķinot uz vienu latu saimnieciskajā darbībā iesaistīto līdzekļu.

Ilgtermiņa ieguldījumu atdeve = [neto apgrozījums] : [ilgtermiņa ieguldījumi] = 875 : 49 = 17,86 Ls/Ls

Uzņēmuma ienākums ir Ls 17,86, rēķinot uz vienu latu ilgtermiņa ieguldījumu.

Pašu kapitāla atdeve = [neto apgrozījums] : [pašu kapitāls] =
 $875 : 147 = 5,95 \text{ Ls/Ls}$

Uzņēmuma ienākums ir Ls 5,95, rēķinot uz vienu latu paši kapitāla.

Apgrozāmo līdzekļu aprīte = [neto apgrozījums] : apgrozāmie līdzekļi, izņemot nākamo periodu izdevumus] = $875 : (153 + 80 + 2 - 0) = 3,7$ reizes

jeb $360 : 3,7$ reizes = 97 dienas; 360 – nosacīta konstante, ko pieņem kā dienu skaitu gadā aprītes aprēķinos.

Apgrozāmo līdzekļu aprītes ātrums ir 3,4 reizes gadā, kam atbilst aprītes periods 97 dienas.

Materiālu krājumu aprīte = [izmantoto materiālu izmaksas] : [krājumi] = $677 : 153 = 4,4$ reizes jeb $360 : 4,4 = 82$ dienas

Materiālu aprītes ātrums ir 4,4 reizes gadā, kam atbilst aprītes periods 82 dienas.

Prasību atmaksa = [neto apgrozījums] : [īstermiņa prasības jeb debitoru parādi] = $875 : 80 = 10,9$ reizes jeb $360 : 10,9 = 33$ dienas

Citu parādi tiek saņemti vidēji 33 dienu laikā.

Pārmaiņas jeb **dinamika**

Parasti izmaiņas rēķina attiecībā uz neto apgrozījumu, neto peļņu, aktīviem un pašu kapitālu. Dinamikas rādītāji parāda palielināšanos vai samazināšanos absolūtajās un relatīvajās mērvienībās. Šo rādītāju noteikšanai var lietot šādas izteiksmes.

Absolūtā izmaiņa = [apskatāmā perioda rādītājs] – [iepriekšējā perioda rādītājs]

Relatīvā izmaiņa = [absolūtā izmaiņa] : [iepriekšējā perioda rādītājs] $\times 100\%$

Ja, piemēram, gadu iepriekš neto peļņas lielums būtu bijis 19 tūkst. Ls un aktīvu kopsumma — 290 tūkst. Ls, tad dinamikas kritērijus varētu rēķināt šādi:

Neto peļņas izmaiņas = $21 - 19 = 2$ tūkst. Ls jeb $(2 : 19) \times 100\% = 10,5\%$

Tirā peļņa ir palielinājusies par 2 tūkst. latu jeb par 10,5%.

Aktīvu izmaiņas = $284 - 290 = -6$ tūkst. Ls jeb $(-6 : 290) \times 100\% = -2,1\%$

Saimnieciskajā darbībā iesaistīto līdzekļu lielums ir samazinājies par 6 tūkst. latu jeb par 2,1%.

Vai varat novērtēt, cik veiksmīgi darbojas iepriekš aplūkots uzņēmums?

Kādas būtu rādītāju optimālās vērtības?

Kā būtu panākama kritēriju uzlabošanās?

6.2.5. Analīze

Bilance, peļņas vai zaudējumu aprēķins un naudas plūsmas pārskats ir savstarpēji saistīti, jo atspoguļo uzņēmuma saimnieciskās darbības dažādus aspektus. Aplūkosim nosacītu piemēru.

Tirdzniecības uzņēmuma balance uz 2002. gada 31. decembri

Aktīvs	Ls	Pasīvs	Ls
Iekārtas	7200	Pašu kapitāls	14 400
Preču krājumi	6440	Bankas kredīts	6700
Debitoru parādi	18 900	Piegādātāju kredīts	11 812
Naudas līdzekļi	372		
Kopā	31 912	Kopā	32 912

Neto apgrozījums un izmaksas preču iegādei pa ceturkšņiem 2003. gadā (Ls)

Ceturkšņi	Neto apgrozījums	Preču iegādes izmaksas
1.	17 200	10 750
2.	17 900	11 188
3.	19 100	11 938
4.	21 400	13 374
Kopā	75 600	47 250

Naudas līdzekļu atlikums perioda sākumā ir dots bilancē (Ls 372). Preču neto apgrozījums gadā ir Ls 75 600. Realizācija un kārtējie pirkumi tiek veikti uz kredīta ar trīs mēnešu maksājuma termiņu. Preču iegādes izmaksas ir Ls 47 251 gadā. Pastāvīgās izmaksas ir Ls 24 120 un sadalās vienmērīgi pa mēnešiem. Amortizācijas atskaitījumi ir Ls 2200 gadā. Bankas parāds tiek dzēsts 4. ceturksnī Ls 800 apmērā, procentu maksa ir Ls 300 ceturksnī. 4. ceturksnī uzņēmums iegādājās jaunas iekārtas par Ls 900.

Peļņas vai zaudējumu aprēķins 2003. gadam (Ls)

Neto apgrozījums	75 600
Preču iegādes izmaksas	47 250
Bruto peļņa	28 350
Pastāvīgās izmaksas	24 120
Amortizācija	2200
Peļņa pirms procentu maksājumiem	2030
Procentu maksājumi	1200
Peļņa pirms nodokļiem	830
Uzņēmuma ienākuma nodoklis	208
Neto peļņa	622

Naudas plūsmas pārskats 2003. gadam (Ls)

	1. ceturksnis	2. ceturksnis	3. ceturksnis	4. ceturksnis
Naudas līdzekļi perioda sākumā	372	1130	1250	1632
Preču realizācijas ieņēmumi ar 3 mēnešu kredītu	18 900	17 200	17 900	19 100
<i>Maksājumi</i>				
Preču iepirkumi	11 812	10 750	11 188	11 938
Pastāvīgās izmaksas	6030	6030	6030	6030
Bankas kredīta dzēšana	—	—	—	800
Procenti	300	300	300	300
Pamatlīdzekļu iegāde	—	—	—	900
Maksājumi kopā	18 142	17 080	17 518	19 968
Naudas līdzekļi perioda beigās	1130	1250	1632	764

Tirdzniecības izņēmuma bilance uz 2003. gada 31. decembri

Aktīvs	Ls	Pasīvs	Ls
Iekārtas	5900	Pašu kapitāls	15 022
Preču krājumi	6440	Bankas kredīts	5900
Debitoru parādi	21 400	Piegādātāju kredīts	13 374
Naudas līdzekļi	764	Nodokļu parādi budžetam	208
Kopā	34 504		34 504

Izsekojiet, kā veidojas sakarības starp bilanci, peļņas vai zaudējumu aprēķinu un naudas plūsmas pārskatu!

LIETVEDĪBA

7.1. LIETVEDĪBAS SISTĒMA, TO REGLAMENTĒJOŠIE DOKUMENTI

7.1.1. Lietvedības procesa būtība

Dokumentu precīzai izstrādāšanai un noformēšanai nenoliedzami ir liela nozīme jebkura uzņēmuma darbībā, kā arī katra cilvēka dzīvē un darbā. Pareizi uzrakstīts un noformēts dokuments stiprina uzticību, veido labu tēlu un līdz ar to var sekmēt uzņēmuma darbību. Paviršība dokumentos var visu sabojāt.

*Lietvedība ir uzņēmuma darbības dokumentēšana
un darbs ar dokumentiem*



*Dokumentēšana ir uzņēmuma darbības
fiksēšana (parasti rakstveidā)
atbilstoši pastāvošajiem noteikumiem;
iestādes darbības pamatošana ar dokumentiem*

Dokuments ir jebkurā veidā un materiālā ierakstīta informācija (piemēram, rakstu zīmes vai grafiki uz papīra vai disketēs, fotogrāfijas,

skaņu ieraksti), ko rada, saņem un uzglabā fiziska persona vai organizācija — LR valsts pārvaldes institūcija, valsts un pašvaldību iestāde, uzņēmums, uzņēmēj sabiedrība un uzņēmēj sabiedrību apvienība, kā arī sabiedriska un reliģiska organizācija.

Lietvedības dienesta darbu var izpildīt

- darbinieks vai darbinieki amatu apvienošanas kārtībā;
- darbinieks — lietvedis;
- darbinieku (lietvežu) organizēta grupa — kanceleja, vispārējā nodaļa vai lietu pārvalde

Lietvedības galvenie uzdevumi:

- dokumentu sagatavošana un noformēšana;
- dokumentu reģistrācija un izpildes kontrole;
- dokumentu saglabāšana — lietu nomenklatūras sastādīšana, lietu formēšana, iestādes arhīva darbs

Dokumenti jābūt

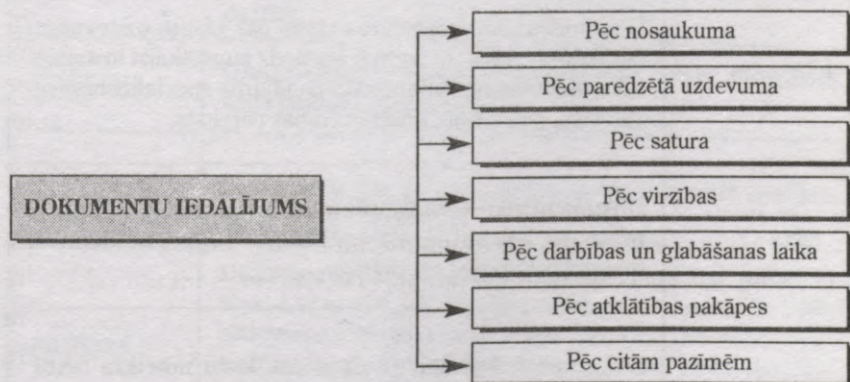
- nepārprotamiem — brīvi salasāmā rakstā, literārā valodā;
- izsmelīgiem — jāsaturs visi nepieciešamie rekvizīti jeb sastāvdaļas;
- juridiski pamatotiem — saskaņā ar LR likumiem, Saeimas, Ministru kabineta un to institūciju lēmumiem, noteikumiem, rīkojumiem, instrukcijām; pārējo valsts varas un pārvaldes institūciju un pašvaldību normatīvajiem aktiem; uzņēmumu statūtiem un to iekšējās darbības regulēšanas normatīvajiem dokumentiem.

Galvenie lietvedību reglamentējošie dokumenti

1. Latvijas Republikas Ministru kabinets. Dokumentu izstrādāšanas un noformēšanas noteikumi Nr. 154, 23.04.1996.
2. Latvijas Republikas likums "Par arhīviem", 26.03.1991.
3. Latvijas Republikas Valodu likums, 31.03.1992.
4. Latvijas Republikas Augstākās padomes lēmums "Par dokumentu dublikātu, norakstu un izrakstu pareizības apliecināšanu", 28.05.1991.
5. Latvijas Republikas Ministru kabinets. Noteikumi par iesniegumu, sūdzību un priekšlikumu lietvedību valsts un pašvaldības institūcijās Nr. 99, 18.04.1995.
6. Latvijas Republikas likums "Par valsts civildienestu", 03.05.1994.

7.1.2. Dokumentu iedalījums

Dažādās iestādēs, organizācijās, uzņēmumos ir nepieciešamība pēc daudzveidīgiem lietvedības dokumentiem.



7.1. shēma. Dokumentu iedalījums

Vispirms dokumentus iedala **pēc to nosaukuma**.

Dokumenta veida nosaukums — pilnvara, akts, izziņa utt. — jāraksta katram rakstam, izņemot vēstuli. Mašīnrakstā to ieteicams rakstīt ar lielajiem burtiem, piemēram, PILNVARA, AKTS, PROTOKOLS utt.

Biežāk lietojamie dokumenti

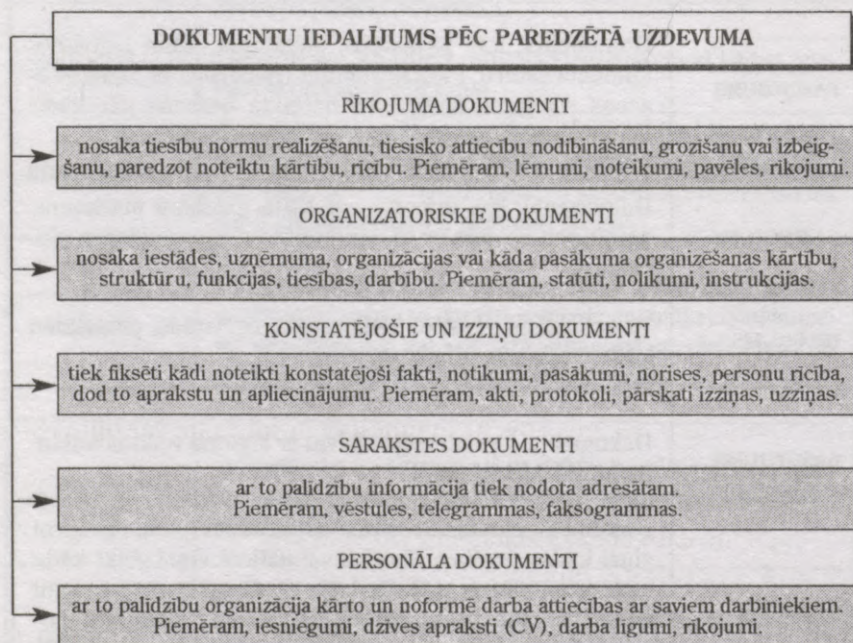
7.1. tabula

INSTRUKCIJA	Tiesisks akts, kas ietver norādījumus, sīkas pamācības, noteikumus, priekšrakstus kāda darba vai darbības veikšanai, piemēram, lietvedības instrukcija, darbinieku dienesta instrukcija. Instrukciju apstiprina iestāde vai amatpersona.
PAVĒLE	Tiesisks akts, ko vienpersoniski savas kompetences ietvaros izdod iestādes vadītājs (vai viņa vietnieks), novērtējot un nosakot rīcību, kas saistīta ar iestādei noteiktu darba jautājumu risināšanu.
RĪKOJUMS	Dokuments, ko izdod vadītājs vienpersoniski kādas operatīvas darbības veikšanai.
PROTOKOLS	Dokuments, kas fiksē jautājumu izskatīšanu, apspriešanu un lēmumu pieņemšanu sēdēs, sapulcēs, apspriedēs, konferencēs, sarunās u. c. Protokolu sastāda amatpersona arī par kādu notikumu vai personas rīcību.
PĀRSKATS	Dokuments, kurā ietvertas ziņas par plānu, uzdevumu, pasākumu izpildi, to parasti iesniedz augstākajai instancei vai amatpersonai vai noteiktā jautājumā specializētajai institūcijai, piemēram, grāmatvedības pārskats.
AKTS	Dokuments, ko sastādījusi izveidota komisija vai vairākas personas, kas apstiprina konstatētos faktus, notikumus, rezumē pārbaudes rezultātus.
IZZIŅA	Dokuments, kas sniedz ziņas par kādu noteiktu faktu, notikumu, satur tā aprakstu un apliecinājumu.

7.1. tabulas turpinājums

IZZIŅA	Dokuments, kas sniedz ziņas par kādu noteiktu faktu, notikumu, satur tā aprakstu un apliecinājumu.
UZZIŅA	Dokuments, kas sniedz papildinformāciju par to, kas uzziņāts par kādu jautājumu, dokumentu, notikumu.
IESNIEGUMS	Dokuments, ko iesniedz iestādei, amatpersonai parasti ar lūgumu kaut ko izlemt, atrisināt, izskatīt.
ZIŅOJUMS	Dokuments, kurā kaut kas tiek ziņots, darīts zināms iestādei vai amatpersonai.
PAZIŅOJUMS	Dokuments, kas paskaidro, piemēram, kāda pamatdokumenta saturu. Paskaidrojumu (rakstiski) pēc amatpersonas rīkojuma sniedz arī noteikta persona par kādu konkrētu savu vai citu personu rīcību vai notikumu.
PAZIŅOJUMS	Dokuments, kas informē par kādu gaidāmu notikumu, pasākumu un līdz ar to var izteikt arī uzaicinājumu piedalīties.
IELŪGUMS	Uzaicinājums ierasties kādā sanāksmē, izrādē, piedalīties kādā pasākumā, svinībās.
PASŪTĪJUMS	Dokuments, kas adresēts kādam ar lūgumu veikt noteiktu darbu vai pakalpojumu.
PILNVARA	Dokuments, ko izsniedz pilnvarotajai personai, piešķirot viņai kādas tiesības rīkoties vai uzticot viņai veikt kādu uzdevumu pilnvaras izsniedzēja vārdā vai tā vietā saņemt naudu, dokumentus, materiālus vai veikt kādu citu darbību. Pilnvarotājas un pilnvarotās personas parakstu apliecina noteiktā kārtībā.

GALVOJUMS	Dokuments-saistība, apliecinājums, ar ko persona uzņemas izpildīt tajā noteiktās prasības.
LĪGUMS	Dokuments, kurā fiksētas juridisko vai fizisko personu vienošanās par kādu attiecību nodibināšanu. Līgums regulē šīs attiecības.
STATŪTI	Dokuments, kurā noteiktas kādas organizācijas vai sabiedrības funkcijas, tiesības, dibināšanas un likvidēšanas noteikumi.
SLĒDZIENS	Dokuments, kas satur iestādes, komisijas vai atsevišķa speciālista domas un secinājumus par kādu darbu vai jautājumu.



7.2. shēma. Dokumentu iedalījums pēc paredzētā uzdevuma

Pēc satura dokumentus iedala:

privātie dokumenti — attiecas uz atsevišķu cilvēku vai cilvēku grupu, pieder atsevišķam cilvēkam, ģimenei;

dienesta dokumenti — attiecas uz valsts, pašvaldību un citām iestādēm, to pārvaldes, ražošanas, sabiedrisko vai praktisko darbību. Tie var būt valsts, pašvaldību, sabiedrisko un politisko organizāciju vai uzņēmējsabiedrību dokumenti.

Pēc dokumenta **virzības** (attiecībā pret iestādi) iedalījums ir šāds:

- **saņemtie dokumenti** — saņemti no citām iestādēm vai iestādei iesniegušas fiziskas personas;
- **nosūtāmie dokumenti** — sagatavoti iestādē iesniegšanai citām iestādēm vai nosūtīšanai fiziskām personām;
- **iekšējās lietošanas dokumenti** — sagatavoti iestādē tās iekšējās darbības jautājumos.

Pēc dokumentu **darbības un glabāšanas laika** iedala:

- **pastāvīgie dokumenti** — darbojas un glabājami pastāvīgi;
- **ilgtermiņa dokumenti** — darbības un glabāšanas laiks ilgāks par 10 gadiem.
- **īslaicīgi glabājami dokumenti** — darbības un glabāšanas laiks līdz 10 gadiem.

Pēc **atklātības pakāpes** iedalījums ir:

- **publiskie dokumenti** (atklāti, pieejami);
- **dokumenti dienesta lietošanai**;
- **slepenie (konfidenciālie) dokumenti**;
- **atsevišķas nozīmes dokumenti** (atklāti nav izpaužami).

Pēc dokumentā ietvertās **informācijas apjoma** tie var būt vienkārši, īsi, plaši un sarežģīti dokumenti.

Dokumenta **formāti un veidlapas**.

Lapu formātu nosaka standarts:

A 4 — 210 × 297 mm un

A 5 — 210 × 148 mm.

Ja jāgatavo lielas tabulas vai citi lielu izmēru dokumenti, tad jālieto **A 3** — 420 × 297 mm formāta lapas.

Atsevišķiem dokumentu veidiem var sagatavot speciālas veidlapas. Tās izgatavo tipogrāfiski vai ar citiem tehniskiem līdzekļiem.

Iestādes dokumentu noformēšanai standarts nosaka divu veidu veidlapas:

vispārējā veidlapa (rikojumu, dokumentu, protokolu, aktu u. c. noformēšanai);

vēstules veidlapa — A 4 un A 5 formāta lapas ar valsts ģerboņa vai firmas zīmes attēliem, pilnu juridisko iestādes nosaukumu un ziņām par iestādi (pasta adrese, telegrāfa adrese, tālruņa un faksa numuri).

Teksta aizsargāšanai dokumentā jāatstāj brīvas malas:

- kreiso — ne mazāk par 30 mm;
- labo — ne mazāk par 10 mm;
- augšējo — ne mazāk par 20 mm;
- apakšējo — ne mazāk par 20 mm.

7.1.3. Dokumentu rekvizīti

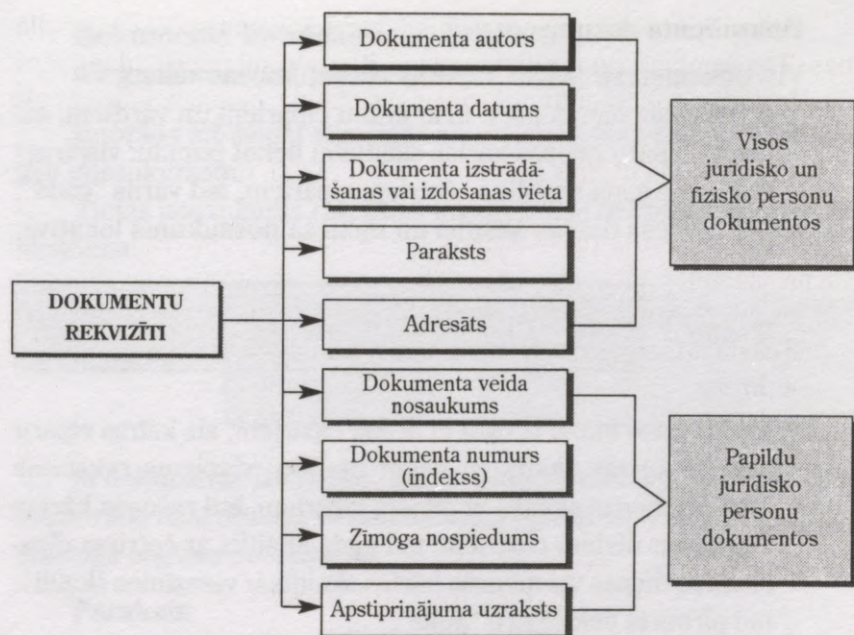


Rekvizīts — dokumenta noformējuma būtiska sastāvdaļa ar noteiktu funkcionālu nozīmi

Rekvizītu sastāvu nosaka LR Ministru kabineta “Dokumentu izstrādāšanas un noformēšanas noteikumi”, bet rekvizītu daudzums konkrētajā dokumentā atkarīgs no dokumenta veida un tā funkcionālās nozīmes.

Rekvizīti:

- piešķir dokumentam juridisku spēku;
- vienveido dokumentu noformēšanu, veicina dokumentu sagatavošanu un izpildi;
- nodrošina sistēmu, operatīvāti dokumentu apstrādē, virzībā, izpildes kontrolē, turpmākajā lietošanā un glabāšanā



7.3. shēma. Dokumenta oriģināla rekvizīti, kas nodrošina tā juridisko spēku

Dokumenta autors

var būt kā juridiska, tā fiziska persona.

Dokumenta autora nosaukums rakstāms nominatīvā.

Juridiskai personai jāraksta pilns iestādes, uzņēmuma vai organizācijas nosaukums atbilstoši izveidošanas, dibināšanas, reģistrēšanas dokumentam, norādot augstāko instanci, kurai pakļaujas, vai, ja tādas nav, teritoriālo piederību. Līdztekus pilnajam iestādes nosaukumam var norādīt tās simboliskos vai saīsinātos nosaukumus.

Fiziskai personai jānorāda savs vārds un uzvārds, kā arī ziņas, kas ļauj šo personu nepārprotami identificēt — adrese vai darba (mācību) vietas nosaukums, ja nepieciešams, — arī personas kods.

Dokumenta datums

Visi dokumenti ir jādatē. Dokumenta datumu var rakstīt

- 1) tekstuālajā pierakstā, t. i., ar arābu cipariem un vārdiem, aiz katras ciparu grupas kārtas skaitļiem liekot punktu: vispirms rakstāms gada skaitlis ar četriem cipariem, tad vārds "gada", tad mēneša dienas skaitlis un mēneša nosaukums lokatīvā;

Piemērs:

2001. gada 21. maijā.

- 2) skaitliskā veidā, t. i., tikai ar arābu cipariem, aiz katras ciparu grupas kārtas skaitļiem liekot punktu: vispirms rakstāms mēneša dienas skaitlis ar diviem cipariem, tad mēneša kārtas skaitlis ar diviem cipariem, tad gada skaitlis ar četriem cipariem. Ja dienas vai mēneša kārtas skaitlis ir vienzīmes skaitlis, tad pirms tā liek ciparu "nulle".

Piemērs:

21.05.2001.

Datumu raksta pirmsteksta zonā lapas kreisajā pusē. Skatīt dokumentu noformēšanas paraugā.

Dokumenta veida nosaukums

jāraksta visiem dokumentiem, izņemot atbildes uz pilsoņu sūdzībām un vēstulēm.

Dokumenta veida nosaukumam jāatbilst dokumenta saturam.

Dokumenta veida nosaukumu attiecībā pret pārējo dokumenta informāciju grafiski izceļ un raksta pirmsteksta zonā lapas vidū. Skatīt dokumentu noformēšanas paraugā.

Dokumenta izstrādāšanas, izdošanas, pieņemšanas vai parakstīšanas vietas nosaukums

jānorāda atbilstoši attiecīgās administratīvās teritorijas oficiālajam nosaukumam.

Vietas nosaukums rakstāms lokatīvā zem dokumenta veida nosaukuma.

Piemērs:

RĪKOJUMS
Liepājā

Ja dokuments izstrādāts, izdots, pieņemts vai parakstīts pilsētā, tad norāda tikai pilsētas nosaukumu, ja pagastā, tad norāda rajona un attiecīgā pagasta nosaukumu.

Paraksts

Katram dokumentam jābūt parakstītam. Dokumenti jāparaksta personai (personām), kas atbild par dokumentā ietvertu.

Fiziskas personas dokumentu pašrocīgi paraksta pati fiziskā persona.

Juridiskas personas dokumentu paraksta amatpersonas, kurām ir normatīvi noteiktas tiesības to darīt.

Noformējot dokumenta parakstu, jābūt

- dokumenta parakstītāja amata nosaukumam;
- attiecīgas amatpersonas pašrocīgam personiskajam parakstam;
- amatpersonas personiskā paraksta atšifrējumam (iniciālim un uzvārdam).

Paraksta atšifrējumu raksta amata nosaukuma pēdējās rindiņas līmenī.

Piemērs: Direktors (personiskais paraksts) D. Zars

Ja dokumentu paraksta vienas iestādes vairākas amatpersonas, tad to parakstus ievieto vienu zem otra atbilstoši ieņemamajiem amatiem, sākot ar augstāko, bet parakstīt sāk ar zemāko.

Ja dokumentu paraksta komisija, tad parakstus izvieto tādā secībā, kā nosaukts komisijas sastāvs.

Ja dokumentu paraksta divu dažādu organizāciju amatpersonas, tad to parakstus izvieto blakus vienā līmenī tādā secībā, kā norādīti attiecīgo organizāciju nosaukumi dokumenta sākumā.

Parakstam jābūt vienā lapā ar dokumenta tekstu vai vismaz teksta daļu.

Dokumenta numurs (indekss)

liecina, ka dokuments ir ņemts uzskaitē ar tikai tam atbilstošu raksturīgo numuru (indeksu). Dokumenta numurā jābūt vismaz dokumenta kārtas numuram kalendārā gada ietvaros, tas var saturēt arī citus papildu apzīmējumus. Dokumenta numura vietu apzīmē ar "Nr." vai "No.", raksta pirmsteksta zonā lapas labajā pusē. Skatīt dokumentu noformēšanas paraugā.

Zīmoga nospiedums

ir dokumenta nozīmīguma apliecināšanas veids, ko parasti lieto kopā ar attiecīgās amatpersonas parakstu:

- ja to paredz normatīvs dokuments;
- ja to paredz dokumenta veidlapa;
- ja to prasa iestāde, ar kuru kārtu jautājumu.

Zīmoga nospiedumam jābūt skaidri salasāmam, un tas nedrīkst traucēt nepārprotami uztvert citu dokumentā sniegto informāciju.

Zīmoga nospiedumu liek paraksta zonā vietā, kas dokumentā

apzīmēta ar atzīmi “z. v.”. Ja šāda vieta dokumentā nav apzīmēta, tad liek tā, lai tas skartu dokumenta parakstītāja amata nosaukumu.

Apstiprinājuma uzraksts vai atzīme par dokumenta apstiprinājumu

jālieto dokumenta apstiprināšanas nepieciešamības gadījumos:

- ja to nosaka normatīvs dokuments;
- ja to paredz dokumenta veidlapa;
- ja to prasa iestāde, ar kuru kārtu jautājumu.

Dokumentu var apstiprināt:

- par dokumenta parakstītāju augstāka amatpersona atbilstoši savai kompetencei;
- ar augstākas amatpersonas vai augstākas instances rīkojuma dokumentu.

Apstiprinājuma uzrakstu izvieto dokumenta pirmās lapas augšējā labajā stūrī.

Apstiprinājuma uzrakstā jābūt:

- ar lielajiem burtiem rakstītam vārdam “APSTIPRINU”;
- dokumenta apstiprinātājas amatpersonas pilnam amata nosaukumam;
- dokumenta apstiprinātājas amatpersonas pašrocīgam personiskajam parakstam un tā atšifrējumam (iniciāļiem un uzvārdam);
- apstiprinājuma vietas nosaukumam;
- apstiprinājuma datumam;
- zīmoga nospiedumam, ja tas paredzēts attiecīgos tiesību aktos vai pēc savstarpējas vienošanās.

Dokuments stājas spēkā ar apstiprināšanas dienu, ja dokumenta tekstā vai kādā normatīvā dokumentā nav noteikts citādi.

Adresāts

rakstāms datīvā pirmsteksta zonā lapas labajā pusē. Skatīt dokumentu noformēšanas paraugā. Pieļaujams adresātu rakstīt lapas kreisajā pusē. Organizācijas un/vai tās struktūrvienības nosaukums pirms amatpersonas amata nosaukuma rakstāms ģenitīvā.

Piemērs:

Latvijas Republikas Izglītības ministrijai

Ja dokumentu adresē organizācijai, adresātā

- 1) jābūt pilnam tās nosaukumam;
- 2) var norādīt pasta adresi.

Ja dokumentu adresē organizācijas struktūrvienībai, adresātā

- 1) jābūt pilnam attiecīgās organizācijas un tās struktūrvienības nosaukumam;
- 2) var norādīt pasta adresi.

Ja dokumentu adresē organizācijas amatpersonai, darbiniekam vai ierēdnim, adresātā:

- 1) jābūt attiecīgās organizācijas nosaukumam, amatpersonas, darbinieka vai ierēdņa amata nosaukumam, vārdam un uzvārdam vai vārda iniciālim un uzvārdam;
- 2) var norādīt pasta adresi.

Ja dokumentu adresē fiziskai personai, adresātā jābūt attiecīgās personas vārdam un uzvārdam vai vārda iniciālim un uzvārdam, kā arī pasta adresei.

Uzskaitot un raksturojot dokumentu rekvizītus, jau tika minēts to izkārtojums. Dokumenta rekvizīti, teksts un dienesta atzīmes izvietojamas četrās zonās. Skatīt dokumentu noformēšanas paraugu.

Rekvizītu zonā (I) izvietojami:

- organizācijas emblēmas, firmas zīmes;
- dokumenta autora nosaukums;
- organizācijas reģistrācijas numurs;

- dokumenta autora pasta adrese;
- norāde par dokumenta autora sakaru līdzekļiem.

Dokumenta teksta, rekvizītu un dienesta atzīmju izvietojums sniegts paraugā.

Pirmsteksta zonā (II) izvietojami:

- norāde par dokumenta lietošanas ierobežojumu;
- dokumenta apstiprinājuma uzraksts vai atzīme par dokumenta apstiprinājumu;
- dokumenta veida nosaukums;
- dokumenta izstrādāšanas, izdošanas, pieņemšanas vai parakstišanas vietas nosaukums;
- dokumenta datums;
- dokumenta numurs;
- adresāts;
- teksta satura izklāsts;
- rezolūcija;
- atzīme par dokumenta kontroli.

Teksta zonā (III) izvietojami:

- dokumenta teksts;
- norāde par pievienotajiem dokumentiem.

Parakstu zonā (IV) izvietojami:

- paraksts;
- zīmoga nospiedums;
- dokumenta saskaņojuma uzraksts;
- dokumenta izstrādātāja uzvārds un dienesta tālruņa numurs;
- vīza;
- atzīme par iepazīšanos ar dokumenta saturu.

Uz apakšējās brīvās malas izvietojami:

- atzīme par dokumenta saņemšanu — uz pirmās lapas;
- atzīme par dokumenta datu ievadišanu informācijas sistēmā — uz pēdējās lapas;
- atzīme par dokumenta izpildi — uz pirmās lapas.

7.2. DOKUMENTU REĢISTRĀCIJA

Dokumentu reģistrācijas mērķis:

- nodrošināt dokumentu uzskaiti;
- sekot dokumentu saglabāšanai;
- dot iespēju tos operatīvi sameklēt;
- sniegt nepieciešamās izziņas vai informāciju par dokumentiem;

Dokumentu reģistrācijas uzdevums: pierakstīt nepieciešamās ziņas (dokumenta autoru, datumu, veidu, numuru, satura atklāstu), atzīmēt tā reģistrācijas datumu un piešķirt tam atbilstošu numuru (indeksu).

Daži reģistrācijas noteikumi:

- dokumenti iestādē jāreģistrē vienu reizi;
- saņemtos dokumentus reģistrē saņemšanas dienā, nosūtāmos un iekšējās lietošanas dokumentus — parakstīšanas vai apstiprināšanas dienā.

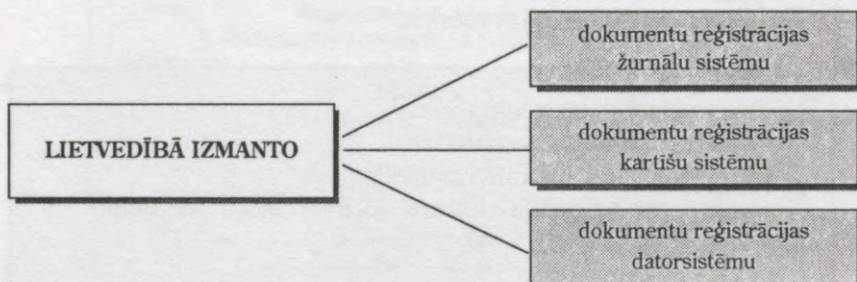
Dokumentu numurēšana

ir process, kurā katram reģistrējamam dokumentam iestādē piešķir stingri noteiktu numuru (indeksu), kas var sastāvēt no nosacītu skaitļu un burtu kombinācijas vai arī tikai no reģistrācijas kārtas numura. To nosaka lietvedības instrukcija uzņēmumā atbilstoši tās struktūrai, arī tradicionālajai kārtībai šajā procesā

Saņemtos un nosūtāmos dokumentus reģistrē un numurē atsevišķi.

Rikojumu dokumentus numurē pēc kārtas kalendārā gada ietvaros, atsevišķos gadījumos kārtas skaitlim pievieno burtu kombinācijas, izdalot, piemēram, atvaļinājuma, komandējuma rikojumus u. c.

Dokumentu reģistrācijas sistēmas un veidlapas



7.4. shēma. Dokumentu reģistrācijas sistēmas

Dokumentu reģistrācijas sistēmu izvēlas katrs uzņēmums pats, ņemot vērā

- dokumentu apgrozības apjomu;
- darbinieku skaitu (arī kvalifikāciju);
- iestādes darba apjomu;
- iestādes struktūru;
- tās centralizācijas pakāpi u. c.

No dokumentu reģistrācijas sistēmas izvēles atkarīga dokumentu reģistrācijas un izziņu iegūšanas operativitāte ar minimālu laiku un darba patēriņu. Neatkarīgi no izvēlētās sistēmas katrā no tām jāietver tā nepieciešamā pamatinformācija par dokumentiem, kas jāfiksē, tos reģistrējot. Vienā no sistēmām, piemēram, žurnālā, to var atspoguļot īsāk, otrā, piemēram, ar datora palīdzību — vispusīgāk un izvērstāk. Ziņas, kādas jāfiksē, dokumentu reģistrējot, ietver katras sistēmas veidlapa vai attiecīgā datorprogramma.

Dokumentu reģistrācija žurnālos

Lietojama iestādēs ar nelielu dokumentu apgrozības apjomu Iekārtojami vairāki reģistrācijas žurnāli: saņemtajiem dokumentiem, nosūtāmajiem dokumentiem, rīkojumiem, pavēlēm (var dalīt — pamatdarbības, komandējumu u. c.), instrukcijām, nolikumiem, iedzīvotāju vēstulēm u. tml. Daži piemēri paraugam, kādas ailes iekārtot žurnālā.

Saņemto dokumentu reģistrācijai fiksējamās ziņas.

1. Saņemšanas datums.
2. Saņemtā dokumenta reģistrācijas numurs.
3. No kā saņemts dokuments.
4. Saņemtā dokumenta datums, veids, numurs.
5. Saņemtā dokumenta iss saturs vai virsraksts. (Ieteicams norādīt lapu skaitu + pielikuma lapas.)
6. Vadības rezolūcija.
7. Kam un kad nodots izpildei.
8. Izpildes termiņš.
9. Paraksts par saņemšanu izpildei.
10. Atzīme par dokumenta izpildi un atbildes nosūtīšanu.

Nosūtāmo dokumentu reģistrācijai fiksējamās ziņas.

1. Reģistrācijas datums.
2. Reģistrācijas numurs.
3. Kam adresēts dokuments, ja tas ir atbildes dokuments, norāda, uz kāda datuma, kāda numura iniciatīvas dokumentu, kad saņemtu, reģ. Nr.
4. Dokumenta veids un iss nosūtāmā dokumenta saturs.
5. Kas sagatavojis, kas parakstījis.
6. Kā nosūtīts.

Rikojuma dokumentu reģistrācijai fiksējamās ziņas.



1. Reģistrācijas datums.
2. Reģistrācijas numurs.
3. Dokumenta satura atklāsts.
4. Kas sagatavojis, kas parakstījis.
5. Izpildītājs, uzdevums, termiņš.
6. Atzīmes par izpildi.

Dokumentu reģistrācijas kartītēs

Ieraksta tās pašas ziņas par dokumentiem, kādas paredzētas žurnālos. Parasti iestādēs izmanto vienu un to pašu reģistrācijas kartītes veidlapu saņemto, nosūtāmo un iekšējo dokumentu reģistrēšanai.

Dokumentu reģistrāciju ar datoru

Veic, lai automatizētu dokumentu reģistrāciju un to izpildes kontroli, kā arī fiksētu izsmeļošākas ziņas par katru dokumentu, uzglabājot tās personālajā datorā. Šā darba veikšanai nepieciešama īpaši sagatavota lietvedības informatīvās sistēmas programma, atbilstoša iekārta un attiecīgi sagatavoti darbinieki.

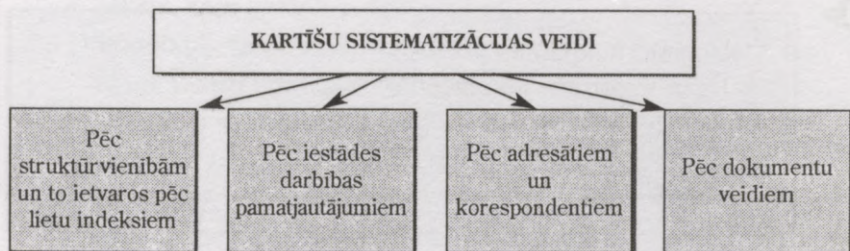


*Izziņa par dokumentiem ir sistematizēts
to datu sakopojums, kas iegūti,
dokumentus reģistrējot*

Ja iestādē nav datoru sistēmas, šim nolūkam parasti izmanto izziņu kartotēkas.

Reģistrējot dokumentus žurnālos, izziņu iegūšanai jāizmanto tie paši žurnāli ar iekārtotajām ziņu ailēm.

Reģistrējot dokumentus kartītēs, katram dokumentam sagatavo vienu kartītes eksemplāru kartotēkai. Nodala izpildīto dokumentu kartītes un neizpildīto dokumentu kartītes.



7.5. shēma. Kartīšu sistematizācijas veidi

Atsevišķu sistematizācijas veidu vai to jauktu lietojumu izvēlas iestāde atbilstoši tās darbības raksturam un citiem kritērijiem.

Reģistrējot dokumentus datorā, datu kopums par katru reģistrēto dokumentu tiek glabāts automatizētajā kartotēkā. Katram dokumentam atsevišķi informāciju var apkopot, analizēt vienalga pēc kuras reģistrācijā fiksētās dokumenta pazīmes.

*Dokumentu izpildes kontrole ir viens no
lietvedības pamatuzdevumiem, tās mērķis ir
nodrošināt precīzu un laicīgu
dokumentos ietvertu uzdevumu izpildi*



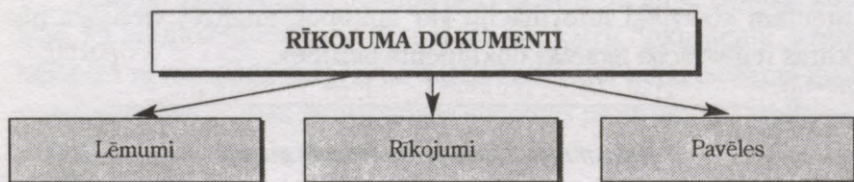
7.3. DOKUMENTU NOFORMĒŠANA

Pārvaldes dokumentu sistēmā ietilpst šādas dokumentu grupas:

1. Rīkojuma dokumenti.
2. Organizatoriskie dokumenti.
3. Izziņu un pārskata dokumenti.
4. Sarakstes dokumenti (korespondence).
5. Personāla dokumenti.



*Rīkojuma dokumenti ir dokumenti,
ar kuru palīdzību tiek veikta vienpersoniska
vai koleģiāla organizācijas vadība*



7.6. shēma. Biežāk lietotie rīkojuma dokumenti

Lēmums

ir dokuments, kurā ietverti institūciju vai atsevišķu kolektīvu izlemtie svarīgākie uzdevumi.

Lēmumu sastādot, ir jāievēro šādi rekvizīti:

- autors — lēmuma pieņēmējs, ko parasti raksta lapas vidū;
- dokumenta veida nosaukums (LĒMUMS);

- vieta;
- datums;
- satura atklāsts;
- teksts, kam parasti ir divas daļas:
 - 1) konstatējošā daļa, kurā izklāstīti lēmuma pieņemšanas apsvērumi, mērķi (šīs daļas var arī nebūt);
 - 2) rīkojuma daļa, kurā norādīts, kas jādara, izpildītājs, izpildes termiņš, kā arī, kam uzdots kontrolēt lēmuma izpildi;
- paraksts.

Lēmuma projekta sagatavošana ir rūpīgs un atbildīgs darbs. Vispirms jāizstudē un jāizanalizē visi materiāli, kas attiecas uz gatavojamo lēmuma projektu.

Lēmuma rīkojuma daļa sākas ar lēmuma pieņēmēja nosaukumu, kam seko vārds **NOLĒMA**, ko raksta ar lielajiem burtiem, nepārtraucot tekstu. Tekstam jāizsaka pavēle, tāpēc darbības vārds lietojams nenoteiksmē.

Rīkojums

ir dokuments, ko vadītājs izdod vienpersoniski kādas operatīvas darbības veikšanai. Tas ir obligāti izpildāms norādījums.

Rīkojuma tekstu var veidot brīvi, bet formas ziņā jāievēro šādi rekvizīti:

- autors — institūcija un amatpersonas amata nosaukums;
- dokumenta veida nosaukums — **RĪKOJUMS**;
- numurs;
- rīkojuma izdošanas vieta un datums;
- teksts — plašāka rīkojuma teksts sastāv no divām daļām:
 - 1) konstatējošā daļa, kura norāda, uz kāda pamata izdots rīkojums;
 - 2) rīkojuma daļa, kurā norāda darbības saturu, veicēju un izpildes termiņu;
- paraksts.

Pavēle

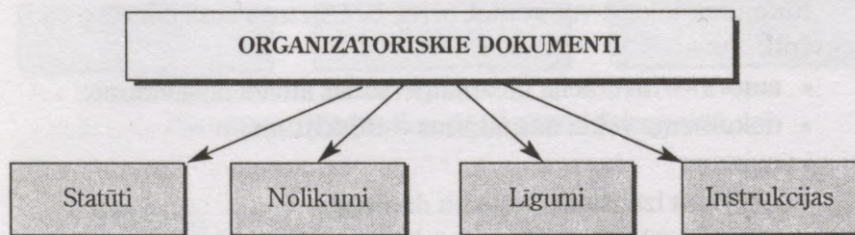
ir rikojuma dokuments, tiesisks akts, ko izdod vienpersoniski organizācijas vadītājs par tiesību normu realizēšanu, izpildi, tiesisko attiecību nodibināšanu, grozīšanu, izbeigšanu.

Parasti pavēles raksta par valsts likumu, lēmumu un normatīvo aktu piemērošanu organizācijas darbībā, par darbinieku pieņemšanu, atbrīvošanu no darba, pārcelšanu, atvaļinājumiem, komandējumiem, par apbalvošanu, rājieniem u. c.

Pavēles rekvizīti:

- autors — institūcija un amatpersonas nosaukums;
- dokumenta veida nosaukums — PAVĒLE;
- vieta, datums;
- satura atklāsts;
- teksts, kurā ieteicams svarīgākos vārdus izcelt (PIEŅEMT, ATBRĪVOT u. c.);
- paraksts.

Organizatoriskie dokumenti nosaka attiecīgās organizācijas, tās struktūrvienības un atsevišķa darbinieka statusu, pakļautību, uzdevumus, pienākumus, atbildību un tiesības.



7.7. shēma. Svarīgākie organizatoriskie dokumenti

Statūti

ir dokuments, kurā noteiktas kādas organizācijas vai sabiedrības funkcijas un tiesības.

Statūtu rekvizīti:

- autors — iestāde vai organizācija (sabiedrība);
- dokumenta veida nosaukums — STATŪTI;
- statūtu sastādišanas vieta;
- datums;
- teksts — STATŪTU tekstā ietverami:
 - 1) vispārīgie noteikumi, kuros norādīti organizācijas, sabiedrības, apvienības izveides nolūki, juridiskās tiesības;
 - 2) konkrētie uzdevumi;
 - 3) kas var kļūt par organizācijas, sabiedrības, apvienības biedru;
 - 4) biedru (dalībnieku) tiesības un pienākumi;
 - 5) vadība;
 - 6) darbība;
 - 7) darbības kontrole un revīzija;
 - 8) naudas līdzekļi;
 - 9) statūtu izmaiņas;
 - 10) organizācijas (sabiedrības) likvidēšana.
 - paraksti — statūtus paraksta apvienības priekšsēdētājs un sekretārs;
 - apstiprinājuma uzraksts — statūtus apstiprina kopsapulce, konference vai kongress.

Nolikums

ir noteikumu kopums, kas regulē kādu valsts dzīves nozari vai nosaka kādas iestādes vai tās nodaļas uzbūvi un funkcijas vai arī kāda pasākuma norises kārtību. Visbiežāk jāsastopas ar nolikumiem par dažādu pasākumu organizēšanu.

Nolikumā, kas nosaka pasākuma norisi, parasti ir šādas sastāvdaļas:

- autors;
- dokumenta veida norāde — NOLIKUMS;
- vieta;
- datums;

- satura atklāsts;
- teksts, kurā jānorāda:
 - 1) pasākuma mērķis;
 - 2) vadība;
 - 3) vieta un laiks;
 - 4) dalībnieki;
 - 5) pasākuma norise;
 - 6) rezultātu vērtēšana un apbalvošana;
 - 7) pieteikumu noformēšana un iesniegšanas kārtība.
- paraksts — nolikumu paraksta pasākuma organizētāji;
- vīzas;
- saskaņojumi;
- apstiprinošs uzraksts — nolikumu apstiprina pasākuma rīkošanas institūcijas vai organizācijas vadītājs.

Līgums

ir dokuments, kurā fiksētas juridisko vai fizisko personu vienošanās par kādu attiecību nodibināšanu; kā arī regulē šīs attiecības.

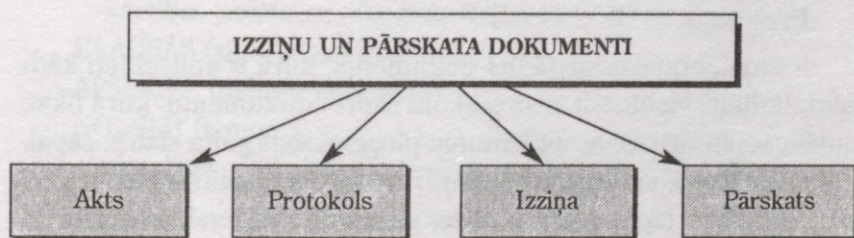
Līgums slēdzējas puses uzņemas noteiktas saistības. Atsevišķus līguma veidus jau aplūkojām iepriekš. Līgumu saturs, kā zinām, var būt dažāds. Daudzos uzņēmumos izstrādā tipveida līgumu formas. Slēdzot nozīmīgus līgumus, ir ieteicams izmantot jurista palīdzību.

Līguma sastāvdaļas:

- dokumenta veida nosaukums — LĪGUMS, kurā vēlams dot satura apzīmējumu (piemēram, DARBA LĪGUMS);
- vieta;
- datums;
- teksts, kas sākas ar līgumslēdzēju pušu nosaukšanu. Ja līgumslēdzēja puse ir juridiska persona, ko pārstāv konkrēta amatpersona, tad jāmin amats iestādē, vārds, uzvārds. Ja līgumslēdzēja puse ir fiziska persona, tad jāmin vārds, uzvārds un pases dati. Tālāk tekstā norādāms, ko apņemas katra no līgumslēdzējām pusēm. Tas atkarīgs no līguma veida;

- paraksts — līgumu paraksta abas puses. Iestādi vai uzņēmumu pārstāvošā persona apliecina savu parakstu ar zīmoga nospiedumu. Ja līgumu slēdz nevis iestādes vadītājs, bet cita persona viņa uzdevumā, tad līguma augšējā labajā stūrī jāveido apstiprinājuma uzraksts, ko paraksta vadītājs.

Izziņu un pārskata dokumentos apkopoti dati par organizācijas darbību vai faktiem.



7.8. shēma. Galvenie izziņu un pārskata dokumenti

Akts

ir vairāku personu sastādīts dokuments, kurā apstiprināti konstatētie fakti vai notikumi, rezumēti pārbaudes rezultāti. Aktu saturs var būt ļoti dažāds. Ir inventarizācijas, pieņemšanas un nodošanas, materiālo vērtību norakstīšanas akti, akti par nelaimes gadījumiem darbā. Akta *galvā* raksta:

- iestādes nosaukumu;
- dokumenta nosaukumu — AKTS;
- datumu, numuru;
- vietas nosaukumu.

Ja nepieciešams, akta *galvā* raksta arī apstiprinājuma uzrakstu.

Akta tekstā jāmin:

- saskaņā ar kādu dokumentu sastādīts akts;
- akta sastādītāju amati, uzvārdi;

- akta sastādīšanas mērķis, pārbaudes rezultāti, priekšlikumi;
- eksemplāru skaits un to atrašanās vieta (parasti ir trīs eksemplāri — pārbaudāmajai iestādei, pārbaudītājiem un augstākstāvošai iestādei).

Aktu paraksta personas aktā ierakstītajā secībā. Persona, kurai ir iebildes pret akta saturu, parakstot uzrāda, ka nepiekrīt akta saturam. Savu viedokli šī persona izklāsta uz atsevišķas lapas vai zem parakstiem.

Protokols

ir amatpersonas sastādīts dokuments, kurā ir apliecināti kādi fakti. Ikdienā visbiežāk ar protokolu saprot dokumentu, kurā fiksē jautājumu apspriešanas un lēmumu pieņemšanas gaitu sēdēs, sapulcēs, apspriedēs, konferencēs u. tml. Protokola rakstītāja pienākums ir ļoti atbildīgs, tāpēc svarīgas sēdes stenografē vai ieraksta magnetoфона lentē.

Parasti protokolists sanāksmes laikā veido uzmetumu, fiksējot uzdotos jautājumus, atbildes. Ziņojumi un referāti parasti tiek pievienoti protokolam kā atsevišķi dokumenti. Protokoli var būt divējādi:

- 1) īsajā protokolā notiekošo pieraksta īsi, koncentrēti;
- 2) pilnajā protokolā visu notiekošo pieraksta pēc iespējas pilnīgāk.

Protokols jānoformē un jāiesniedz sanāksmes vadītājam parakstīšanai dažu dienu laikā.

Protokolus numurē kalendārā gada robežās vai arī institūcijas ievēlēšanas laika robežās. Protokolam ir šādas sastāvdaļas:

- darījumraksta veida un numura norāde — PROTOKOLS Nr. xx;
- sēdes rīkotāja norāde, ko parasti apvieno ar vārdu PROTOKOLS;
- sēdes norises vieta un datums;
- teksts, kura ievada ziņās norādāms:

- 1) sapulces vadītājs — vārds, uzvārds, amats;
- 2) protokolists — vārds, uzvārds, amats;
- 3) dalībnieku skaits vai vārdiskais saraksts;
- 4) neieradušos skaits vai vārdiskais saraksts, minot neierašanās iemeslus;
- 5) pieaicinātās personas;
- 6) darba kārtība, tās punktu precīzi formulējumi, norādot ziņotājus, līdzziņotājus, dažkārt arī laika reglamentu. Katrs darba kārtības jautājuma pieraksts dalāms trīs daļās:

KLAUSĀS (ziņo, referē);

APSPRIEŽ (debatē, jautā u. c.);

NOLEMJ (lēmums).

- pieraksts — protokolu paraksta vadītājs un protokolists.

Izziņa

ir dokuments, kurā apkopotas kādas ziņas, apliecināti vai noliegti kādi fakti.

Parasti izziņas sniedz kāda institūcija pēc personas pieprasījuma. Tās raksta uz iestādes veidlapas, ievērojot šādus rekvizītus:

- autors — izziņas devējs, ko raksta lapas augšējā kreisajā stūrī vai vidū;
- adresāts — to norāda augšējā labajā stūrī vai teksta beigās;
- darijumraksta veida nosaukums — IZZIŅA;
- datums — var minēt izziņas *galvā* vai izziņas beigās;
- vieta — parasti norāda izziņas *galvā*;
- teksts;
- paraksts — izziņu paraksta iestādes vadītājs.

Ir arī tādas izziņas, kuras gatavo darbinieki vadītājam vai kādai citai iestādei, lai izskatītu konkrētu jautājumu. Šajā gadījumā rekvizītu izkārtojums ir brīvāks.

Pārskats

ir dokuments, kurā ietverta informācija par veiktajiem darbiem kādā nozarē vai par kādas grupas darbību noteiktā periodā.

Pārskatos konstatē faktus. Tos var ietvert tabulās, shēmās, kas ļauj salīdzināt esošo ar agrāk paveikto. Faktu analīzi var veikt katra ieinteresētā persona pati.

Pārskata rekvizīti:

- autors — pārskata sastādītāja iestāde vai organizācija;
- dokumenta veida norāde — PĀRSKATS;
- vieta un datums;
- satura atklāsts, ko var apvienot ar vārdu “pārskats”;
- teksts;
- paraksts — pārskatu paraksta persona, kas pārskatu sastādījusi un atbild par faktu pareizību;
- zīmoga nospiedums — ja pārskatu sūta citai iestādei, tas apzīmogojams.

Darījumu vēstule

Vēstule ir dažāda satura dokumentu visparīgs apzīmējums, tās raksturīgākā pazīme — rakstiska sazināšanās starp divām (vai vairākām) fiziskām vai juridiskām personām.

Parasti darījumu vēstules raksta uz iestādes vēstuļu veidlapas, formātu A 4 (210 × 297) vai A5 (210 × 148) izvēlas atkarībā no teksta garuma.

Vēstuļu iedalījums ir šāds:

- iniciatīvas vēstules, kurās izteikts priekšlikums, lūgums, paziņojums, ieteikums;
- pavadvēstules, kas satur paskaidrojumu par pievienotā dokumenta nosūtīšanas nolūku;
- atbildes vēstules — tajās norādāms dokumenta reģistrācijas numurs un datums, uz kuru atbilde tiek sniegta;

- garantijas vēstules, kurās apliecina, ka samaksa tiek garantēta;
- informatīvās vēstules, kurās adresātam kaut ko paziņo (atbildes uz šīm vēstulēm parasti negaida).

Darījumu vēstulēm ir šādi rekvizīti:

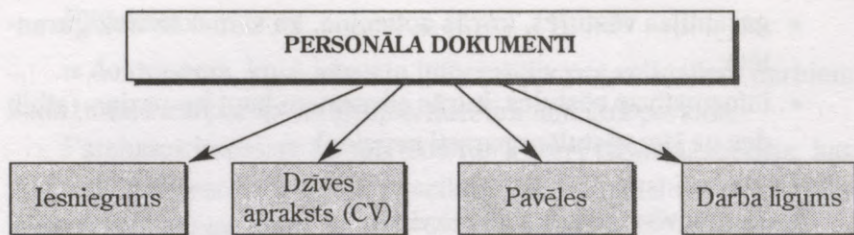
- adresāts — iestādes, organizācijas un to struktūrdaļu nosaukums ģenitīvā, personas, kurai vēstule adresēta, amats, iniciālis un uzvārds (datīvā). Adresējot dokumentu privātpersonai, vispirms raksta iniciāli, personas uzvārdu datīvā, tad pasta adresi;
- datums un nosūtāmā dokumenta reģistrācijas numurs un datums, uz kuru atbilde sniegta;
- satura atklāsts, kurā ietverta īsa norāde par vēstules galveno saturu;
- vēstules teksts, ko var rakstīt trešās personas formā vai daudzskaitļa pirmās personas formā;
- pielikums, ja kopā ar vēstuli ir kādi dokumenti;
- paraksts;
- zīmoga nospiedums (ne vienmēr).

Vēstules tekstam jābūt pēc iespējas īsam. Jāievēro valodas pareizrakstība, teksta skaidrība, lietišķais stils, takts un korektums.

Darījuma vēstuli ievieto noformētā aploksnē. Ja aploksne ir ar caurspīdīgu lodziņu, tad nepieciešama arī speciāla vēstules veidlapa ar atbilstošu rekvizītu izvietojumu, lai, vēstuli salokot, lodziņā būtu redzams adresāta rekvizīts.

Aploksnēs noformējumā ievērojami pasta noteikumi, saskaņā ar kuriem pirmo norāda adresāta personu un sīkāko administratīvo dalījumu, pakāpeniski pārejot uz lielāko un beidzot ar valsts nosaukumu.

Personāla dokumenti ir dokumenti, ar kuru palīdzību organizācija kārtu un noformē darba attiecības ar saviem darbiniekiem.



7.9. shēma. Personāla dokumenti

Iesniegums

ir oficiāls dokuments, ko iesniedz organizācijai vai amatpersonai ar lūgumu kaut ko izlemt, izskatīt, atrisināt. Piemēram, iesniegumu raksta, lai iestātos darbā, mācību iestādē, lai tiktu piešķirts atvaļinājums u. tml. Fiziska persona iesniegumu parasti raksta rokrakstā.

Iesnieguma galvenās sastāvdaļas:

- adresāts — to raksta lapas augšējā labajā stūrī; iestādi min ģenitīvā, amatpersonu datīvā;
- autors — iesnieguma rakstītājs — to raksta ģenitīvā lapas augšējā kreisajā stūrī;
 - ja iesniedzējs ir tās pašas institūcijas darbinieks, jāmin struktūrdaļa, kurā iesniedzējs strādā, amata nosaukums, vārds un uzvārds;
 - ja iesniedzējs ir privātpersona no malas, jāmin vārds, uzvārds, dzīvesvieta, pases dati;
- dokumenta nosaukums (IESNIEGUMS) — raksta rindas vidū zemāk par autora norādi;
- teksts — parasti sāk ar vārdu “Lūdzu” vai arī ar pamatojumu, kuru ievada saiklis “Lai”;
- pielikums (ja nepieciešams);
- datums — raksta kreisajā pusē zem teksta;
- paraksts.

Dzīves apraksts (*Curriculum Vitae* — CV)

Tas ir viens no pirmajiem dokumentiem, ko darba devējs vēlas redzēt, pirms viņš aicina potenciālo darbinieku uz pārrunām, tāpēc no šā dokumenta izpildes kvalitātes nereti izriet pretendenta darbā pieņemšanas iespējas.

CV vēlams rakstīt ne garāku par vienu lapu.

CV saturs:

- personas dati:

vārds, uzvārds,

dzimšanas vieta un datums,

dzimums (ārzemju firmai),

adrese,

tālrunis,

pilsonība (ārzemju firmai);

- mērķis — vēlamais amats firmā;

- izglītība — atpakaļejošā kārtībā (sākot ar pēdējo mācību iestādi) norāda laika periodus, izglītības iestādes, studiju priekšmetu, iegūto izglītības dokumentu un grādu;

- darba pieredze — atpakaļejošā kārtībā norāda uzņēmumu nosaukumus, amatus, īsi apraksta darba pienākumus;

- darbs amatu savienošanas kārtībā;

- papildu izglītība, kursi;

- valodu zināšanas (brīvi pārvalda; sarunu valodas līmenis; ar vārdnīcas palīdzību);

- autordarbi;

- apbalvojumi;

- ģimenes stāvoklis (var arī nenorādīt);

- atsauksmes;

- vieta, datums;

- paraksts.

a p g ā d a

JUMAVA

PĀRDOŠANAS DAĻA

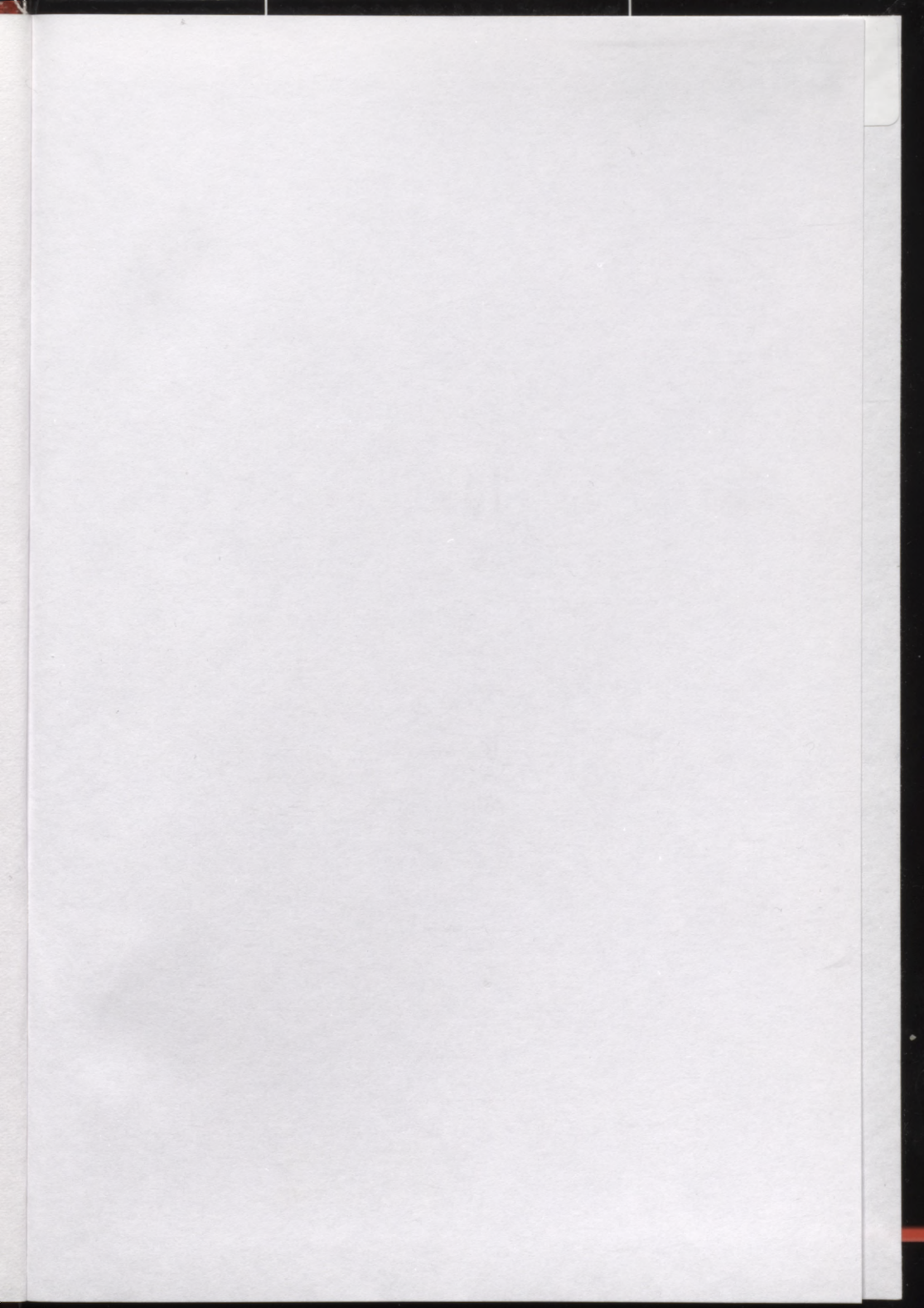
Rīgā, Blaumaņa ielā 24,

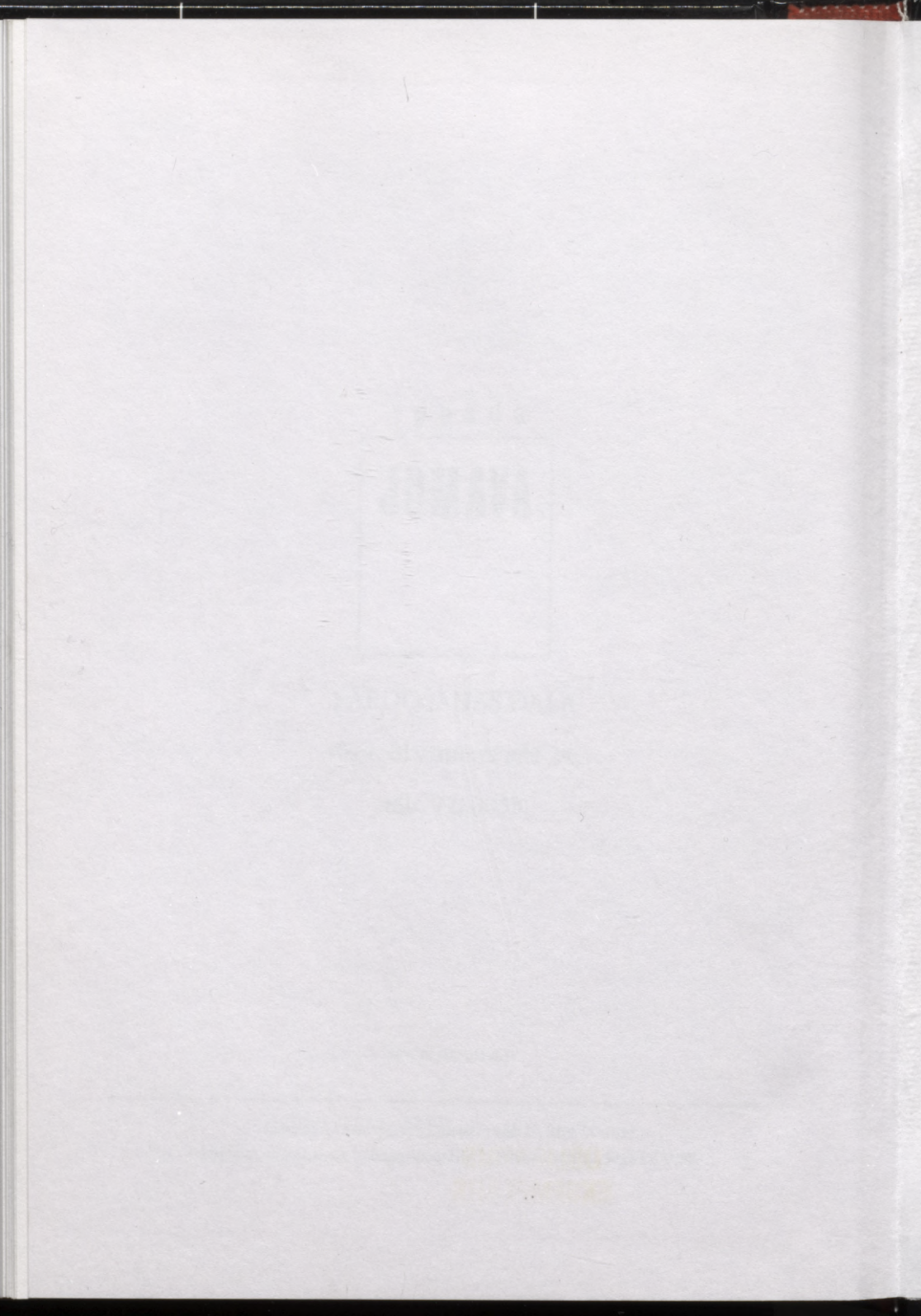
tālr. 7280058

www.jumava.lv

Izdevējs — SIA "J.L.V.", Dzirnavu ielā 73, Rīgā LV 1011.

Iespiests un iesiets a/s "Paraugtipogrāfija", Puškina ielā 12, Rīgā LV 1050.





LATVIJAS NACIONĀLA BIBLIOTEKA



0303044164

**OBLIGĀTAIS
EKSEMPĻĀRS**

7.-

JUMAVA

2003-3
L446

Grāmatā skaidroti

- ekonomikas,
- uzņēmējdarbības,
- mārketinga,
- uzņēmuma vadības,
- nodokļu,
- grāmatvedības,
- lietvedības

pamatjautājumi saskaņā ar jaunāko
Latvijas Republikas likumdošanu.

“Uzņēmēja rokasgrāmata” palīdzēs izprast ekonomisko sistēmu, pieprasījuma un piedāvājuma teorijas pamatprincipus, uzņēmējdarbības mehānismu, iepazīstinās ar tirgus izpēti un mārketinga koncepcijām, kā arī sniegs lietišķu ieskatu uzņēmuma vadības būtībā, funkcijās un nodokļu sistēmā.

Grāmata paredzēta gan uzņēmumu vadītājiem,
gan darbiniekiem.

ISBN 9984-05-591-4



9 789984 055916