

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
EKONOMIKAS UN VADĪBAS FAKULTĀTE
TAUTSAIMNIECĪBAS KATEDRA

**LATVIJAS BIŠKOPĪBAS NOZARES UN MEDUS
PĀRSTRĀDES UZŅĒMUMA ANALĪZE**

MAĢISTRA DARBS

Autors: **Edijs Volčjoks**

Stud. apl. ev05005

Darba vadītājs : prof., Dr. oec. Roberts Škapars

Rīga 2010

ANOTĀCIJA

Maģistra darba tēma ir “ Latvijas biškopības nozares un medus pārstrādes uzņēmuma analīze”.

Autors pēta biškopības nozari un medus pārstrādes uzņēmums SIA „Vinnis”, kuram tiek izstrādāta stratēģija un analizēta saimnieciskā darbība.

Sevišķa uzmanība darbā ir veltīta matricām: Bostonas, Makenlija un SVID matricām.

Maģistra darbs sastāv no **trijām daļām**. Darbā tiek sniegts teorētisks apkopojums, kas palīdz izprast praktisko daļu un izvērtēt lēmumu pieņemšanu uzņēmējdarbībā un biškopības nozarē, kā arī pozitīvās un negatīvās sekas.

Pirmajā nodaļā tiek pētīta biškopības attīstība un tiesiskā bāze, kas sniedz priekšstatu par likumdošanu un biškopības vēsturisko attīstību.

Otrajā nodaļā tiek pētīta Latvijas biškopības produkcijas ražošana, pārstrāde un realizācija, kas sniedz vispārīgu ekonomisko priekšstatu par biškopību Latvijā.

Trešajā nodaļā tiek apskatīts lielākais medus pārstrādes uzņēmums Latvijā SIA „Vinnis”, tas dod priekšstatu par mūsdienu medus pārstrādi un tirdzniecību. Uzņēmumam tiek izveidota attīstības stratēģija, aprēķināti finansu un ekonomiskie rādītāji. Izmantojot SVID analīzi, tiek analizētas uzņēmuma attīstības stiprās un vājās puses, iespējas un draudi, kā arī nākotnes attīstības perspektīvas.

Darbā tika izmantoti teorētiskie materiāli, interneta resursi, Latvijas Republikas likumi un normatīvie akti, Centrālās statistikas pārvaldes dati, kā arī ES direktīvas un uzņēmuma nepublicētie materiāli.

Darba apjoms ir 85 lpp., tajā ir attēli un tabulas.

Atslēgu vārdi: ārējā vide, biškopība, iekšējā vide, matricas, medus, SIA „Vinnis”

ANNOTATION

Master thesis topic is 'The Latvian bee's and honey processing plant analysis'. The author explores the beekeeping industry and the honey processing company "Vinnis", which is developing a strategy and analysis of economic activity. Particular attention is devoted to the work of matrices: Boston, Makenly and SWOT matrix. Master's work consists of three parts. The paper is presented as a theoretical summary to help understand and evaluate the practical part of business decision-making and bee-keeping industry, as well as the positive and negative consequences.

The first chapter is exploring the development of beekeeping and the legal basis to give an idea about the legislation and the historical development of beekeeping.

The second chapter studied Latvian bee products production, processing and marketing, which gives an overall economic picture of the Latvian beekeeping.

The third chapter considers the largest honey processing plant Latvian SIA "Vinnis", it gives an idea of the modern honey processing and marketing. The company has a development strategy of calculating the financial and economic indicators using SWOT analysis, analyzing the company's development strengths and weaknesses, opportunities and threats, as well as future development prospects.

The paper has used theoretical materials, Internet resources, the Latvian Republic laws and regulations, the Central Statistical Bureau, as well as EU directives and the company's unpublished materials.

The amount of work is 85 pages, it has pictures and tables.

SATURS

Anotācijas	3.lpp.
Ievads.....	5.lpp.
1. Biškopības attīstības un tiesiskās bāzes raksturojums.....	9.lpp.
1.1. Biškopības likumdošanas un vēstures raksturojums.....	9.lpp.
1.2. Biškopības aizsardzības un medus standartu prasību novērtējums.....	14.lpp.
2. Latvijas biškopības produkcijas ražošanas, pārstrādes un realizācijas analīze.....	19.lpp.
2.1. Biškopības produkti un sortiments.....	19.lpp.
2.2. Produkcijas ražošanā nepieciešamo resursu un to izmantošanas raksturojums....	22.lpp.
2.3. Biškopības produkcijas tirgus un tās ražīguma raksturojums.....	24.lpp.
2.4. Subsīdijas un finansējuma novērtējums biškopības tirgū.....	34.lpp.
3. SIA „Vinnis” vides analīze un attīstības stratēģija.....	37.lpp.
3.1. Uzņēmuma darbības iekšējās vides raksturojums.....	37.lpp.
3.2. Uzņēmuma darbības ārējās vides raksturojums.....	57.lpp.
3.3. Uzņēmuma stratēģija.....	60.lpp.
Secinājumi un priekšlikumi.....	78.lpp.
Izmantotā literatūra un avoti.....	83.lpp.
Pielikumi.....	86.lpp.
1. pielikums. Anketa.....	86.lpp.

IEVADS

Biškopība ir lauksaimniecības nozare, kura Latvijā attīstās un ieņem noteiktu vietu valstī un ārpus tās.

Biškopības attīstība no ekonomiskā viedokļa var sniegt jaunas darbavietas, attīstīt farmakoloģiju, veikt jaunus atklājumus medicīnā, skaistumkopšanā, bišu selekcionēšanā un citās blakus nozarēs, kas palīdzētu celt valsts labklājības līmeni. Šī nozare dod daudzas darbavietas biškopjiem, medus pārstrādātājiem, mediķiem, farmaceitiem, bioķīmiķiem, veterināriem, pārtikas tehnologiem u.c. speciālistiem.

1933. gadā Latvijā tika sasniegts lielākais bišu saimju skaits - 222 890, kas bija noticis, pateicoties veiksmīgai valsts politikai. Bet 2009. gadā bišu saimju skaits ir sarucis līdz 35 273.

Šobrīd Latvijā nektāraugu resursi netiek izmantoti pilnībā, pie mums ir iespējams turēt līdz pat 250 tūkstošiem saimju.

Vidēji no viena stropa gadā Latvijas biškopji iegūst 18 - 25 kg medus, labākajos gados — pat līdz 40 kg, jo nektāraugu ievākšanas sezona Latvijā ilgst 5 mēnešus.

Latvijas biškopji gadā vidēji saražo 800 – 1000 t medus, kas ir atkarīgs no vasaras un laika apstākļiem. Medus patēriņš Latvijā vidēji gadā ir 400 gramu uz vienu iedzīvotāju. Latvijas medus pieprasījums vidēji gadā svārstās no 1000 – 1200 tonnām medus. Tas ir par maz, lai nodrošinātu visu valsti ar bišu produktiem, tāpēc ir aprēķināts, ka vidēji gadā importē ap 100 tonnām medu. 2009. gadā lielākais medus imports latos bija no Ķīnas – 79 378 Ls. Aiz tās seko Dānija un Ungārija.

2009.gadā iegūtā medus daudzums 631 000 kg, kas ir par 57 103 kg jeb – 8,3 % mazāk salīdzinot ar 2008. gadu.

Medus tirdzniecības bilance Latvijā 2009. gadā bija negatīva – 244800 Ls. Medus eksporta apjomi 2008. gadā bija 3,2 t, lielākie apjomi tika eksportēti uz Igauniju, Vāciju, Lietuvu.

Vidējā medus cena Latvijā 2009. gadā bija no 2.80 – 5.00 Ls/kg, jeb par 29,6 % augstāka nekā 2008. gadā. Medus cenas sadārdzinājumu 2009.gadā izraisīja medus ievākuma kritums.

Latvijā 2008. gadā medus vidējā pārdošanas cena 3,04 eiro/kg bija par 8 % zemāka nekā ES medus vidējā cena 3,31 eiro/kg.

Latvijas biškopji nodrošina patērētājus ar kvalitatīviem un bioloģiski tīriem produktiem.

Biškopji savas bišu saimes mērķtiecīgi pavairo, galvenokārt pēc ražības rādītājiem (36%) tiek ņemta vērā bišu saimju ziemošana (25%). Dažiem biškopjiem patīk miermīlīgas

bites, tie ir aptuveni 20%. Kādi 15 % dravnieku dod priekšroku mierīgai līdzāspastāvēšanai un mērķtiecīgi neko nepavairo.

Latvijas medus ražotājiem pēc iestāšanās Eiropas Savienībā ir iespējas produkciju realizēt citās ES dalībvalstīs, līdz ar to paplašināt patērētāju loku.

Problēmas Latvijas biškopjiem sagādā laika apstākļi, kas ietekmē medus ražu, kā arī ārvalstu medus ienākšanu Latvijas tirgū, kas palielina konkurenci.

Latvijā ievāktie biškopības produkti ir pārāki par citzemju ražojumiem :

Pirmkārt - tā ir vides tīrība. Latvijā samazinās lauksaimniecībā izmantojamo zemju platības, veidojas dabiskās pļavas un krūmāji, mežu izcirtumi pārvēršas par bagātiem nektāraugu masīviem, kuros aug virši, vējkaņepes un avenes. Salīdzinot ar attīstītajām Rietumeiropas valstīm, Latvijā arī agrāk lauksaimniecības ķimikālijas nav lietotas pār mēru - mūsu valstī nav milzīgi vienlaidus sējumi vai dārzu stādījumi, kuros slimību apkarošanai nāktos izlietot milzumu pesticīdu. Pēdējos 10 gados situācija šinī aspektā ir vēl vairāk uzlabojusies - jaunas ķimikālijas tiek lietotas aizvien retāk, bet no vecajām daba jau daļēji ir pašattīrījies.

Otrkārt - tā ir produkta bioloģiska aktivitāte. Mūsu valsts atrodas klimatiskajā zonā, kurai raksturīga liela ziedošo augu dažādība vienuviet un samērā īss ziedēšanas periods. Pateicoties īsajam ziedēšanas periodam augu nektārs izdalās koncentrētāks, satur vairāk bioloģiski aktīvu vielu, bet lielā nektāraugu dažādība nodrošina medus vērīgo īpašību daudzpusību.

Treškārt - tā ir ražotāja atbildība pircēja priekšā. Diez vai izdosies uzzināt kaut ko par biškopu, kura bites ievākušas akāciju medu tālajā Ungārijā, kur nu vēl sastapt un vaigu vaigā apskatīt. Latvijas biškopji uz savām medus burciņām bieži vien uzrāda ne tikai telefonu, bet pat savas mājas adresi.

Mūsdienās biškopju darbību ietekmē vairāki normatīvie akti. Vieni ir tādi, kas ierobežo biškopju darbību, un otri ir tādi, kas aizsargā biškopjus. Lielu darbu un attīstību biškopības normatīvo aktu sakārtošanā ir ieguldījusi Latvijas biškopības biedrība.

Biškopim saimes ir jāizvieto saskaņā ar Civillikuma prasībām. "Bišu saimes var novietot: uz laukiem - vismaz piecpadsmit metrus, bet pilsētās un ciemos - vismaz divdesmit piecus metrus no satiksmes ceļiem vai kaimiņu zemes robežas, skaitot šo atstatumu no stropa vidus līdz ceļa malai vai robežai; ja drava iežogota uz laukiem, vismaz, ar divu metru augstu, ciešu sētu vai dzīvžogu, tad bišu saimes var novietot neatkarīgi no minētiem atstatumiem."

Uzņēmumam SIA „Vinnis” ir nepieciešams izstādāt attīstības stratēģiju, lai atrisinātu aktuālās problēmas. Viena no uzņēmuma problēmām ir ieņemt līdera pozīciju Latvijas tirgū un

noteiktu vietu ārvalstīs, tas veicinātu preces lielāku noietu un peļņu, kas palīdzētu straujāk modernizēt ražošanas iekārtas, atmaksāt kredītu, paplašināt un attīstīt uzņēmuma darbību.

Pēc "MKC" tirgus pētījuma datiem, SIA "Vinnis" realizētā medus īpatsvars kopējā medus realizācijas Latvijā, kurā ietilpst Latvijas biškopju ievāktais un importētais medus kopā, 2008. gadā bija 21%.

Maģistra darbs dod priekšstatu par biškopības nozares un uzņēmuma SIA „Vinnis” ekonomisko attīstību no 2003. – 2009. gadam. Ar šo laika posmu pietiek, lai veiksmīgi novērtētu biškopību un medus pārstrādes uzņēmumu, izstrādātu attīstības stratēģiju un veiktu finansiālo un ekonomisko analīzi.

Maģistra darba mērķis ir izpētīt biškopības nozari un medus pārstrādes uzņēmumu SIA „Vinnis” ekonomisko un komercdarbības vidi, novērtēt tā stiprās puses, vājās puses, iespējas un draudus, izstrādāt priekšlikumus.

Darba mērķu sasniegšanai veicamie uzdevumi:

- pamatoties uz speciālo literatūru, pētīt biškopības nozari un noskaidrot atziņas par pētāmo problēmu;
- raksturot biškopības vēsturi un nozari;
- raksturot un analizēt biškopības un uzņēmuma ekonomiskos rādītājus;
- raksturot uzņēmuma finanšu rādītājus;
- izpētīt biškopības vidi;
- analizēt organizatorisko un struktūras pārvaldi;
- izpētīt mārketinga stratēģiju;
- izpētīt nozares pievilcību;
- analizēt konkurentu darbības daļu;
- analizēt SVID matricu un izstrādāt uzņēmuma stratēģiju;
- apkopot izstrādātos secinājumus, priekšlikumus un dot aiz darba pamatdaļas.

Maģistra darbā tiek izmantotas ekonomiskās analīzes:

- Bostonas matrica;
- SVID matrica;
- Makencija matrica;
- pozīcijas krusts;
- finanšu rādītāju analīze.

Maģistra darbā tiek pielietotas statistiskās analīzes metodes.

Maģistra darbs sastāv no trijām nodaļām. Pirmajā nodaļā tiek pētīta Latvijas biškopības vēsturiskā attīstība un tiesiskā bāze, kas sniedz priekšstatu par likumdošanu, kas regulē biškopību.

Otrajā nodaļā tiek pētīta biškopības produktu ražošana, pārstrāde un realizācija Latvijā. Sīkāk, tiek apskatītas bišu saimju skaita svārstības, medus ieguvums gadā, cena, eksports un imports un pārdotais medus daudzums tirgū.

Trešajā nodaļā raksturots lielākais medus pārstrādes uzņēmums Latvijā SIA „Vinnis” un tā darbība. Uzņēmumam tiek aprēķināti finanšu un ekonomikas rādītāji, kā arī veikta to analīze, izstrādātas matricas un novērtēta attīstības dinamika līdz 2013. gadam.

Maģistra darbā tiek izmantoti: Latvijas likumi, Centrālās statistikas pārvaldes dati, Zemkopības ministrijas dati, Latvijas biškopības biedrības dati, Lursoft dati, ES direktīvas, speciālā literatūra, interneta materiāli un uzņēmuma SIA „Vinnis” npublicētie materiāli.

Perioda norobežojums ir no biškopības pirmsākumiem līdz 2009. gadam, bet skaitliskā informācija analizēta par periodu no 2003. – 2009. gadam. 2010. gada dati netiek apskatīti, jo tie vēl nav pieejami.

1. BIŠKOPĪBAS ATTĪSTĪBAS UN TIESISKĀS BĀZES RAKSTUROJUMS

1.1. Biškopības likumdošanas un vēstures raksturojums

Ziņas par seno laiku biškopību ir ierobežotas. Dažādas pagātnes liecības - arheoloģiskie izrakumi, dainas, senās gravīras - liecina, ka tirdzniecība ar biškopības produktiem notikusi kopš seniem laikiem. Vissenāko biškopības vēsturi sadala vairākās daļās [43] :

1) Medus medniecības posms - medu ieguva no bišu saimēm, kas dzīvoja savvaļā. Bišu saimes netika uzskatītas par privātīpašumu, tāpēc medus mednieks paņēma sev vajadzīgo un pārējo atstāja likteņa varā. Pēc šāda apciemojuma bites bija lemtas bojāejai;

2) Meža dravniecības posms - pamazām cilvēks iemācījās dzīvot saudzīgi un atņēma tikai daļu medus, bitēm atstājot pietiekami, lai viņas varētu pārziemt;

3) Bluķu stropu dravniecība - seno laiku biškopības augstākā fāze, bluķu stropus varēja novietot mītņu tuvumā, bet citādi viņa neatšķīrās no meža dravniecības.

19. gs. tika izdarīti trīs ļoti svarīgi atklājumi biškopībā, kas ir par pamatu mūsdienu biškopībai. Ievērojamākais atklājums ir Langstrota stropa izgudrošana, kas dažos gadu desmitos kļuva populārs visā pasaulē. Tajā pašā laikā tika izgudrota arī medussviests un mākslīgās šūnas matrica. Šie trīs atklājumi tiek uzskatīti par racionālās biškopības pirmsākumu. Īsumā raksturojot 19. gs. no biškopības viedokļa, var izdalīt trīs galvenos tematus:

1) saimnieciskās reformas, kas vērstas uz zemnieku ieinteresēšanu patstāvīgā saimniekošanā;

2) biškopības teorētiku un praktiku progresīvie atklājumi dažādās pasaules zemēs;

3) informācijas aprites paātrināšanās.

Aizvadītais gadu simtenis ir beidzies, bet tas ieņems paliekošu vietu Latvijas biškopības attīstības vēsturē. Tajā var iezīmēt vairākus posmus [43] :

1) dibinās un darbojas biškopības biedrības dažādos Latvijas novados, kas sekmēja nozares attīstību un izplatību visā Latvijā;

2) izveidojas Latvijas Biškopības centrālā biedrība, tā palīdz centralizētu lēmumu pieņemšanā attiecībā uz biškopību Latvijā;

3) 1922. gadā dibina Vecbebru biškopības un dārzkopības skolu, kurā vēl šobrīd mācās jaunie biškopības nozares darbinieki un iesāktā darba turpinātāji;

4) profesors Dr. P. Rizga ievieš trīs tipizētos Latvijas stropus (stāvstropu, guļstropu un pārvadājamo stropu), kuri tiek ļoti plaši pielietoti arī mūsdienās;

5) strauji attīstās biškopības nozare, 1933. gadā ir sasniegts lielākais bišu saimju skaits Latvijā 20. gadsimtā - 222 890, kas bija noticis, pateicoties veiksmīgai valsts politikai pirms kara Latvijā;

6) pēckara gados Talsu rajona Valdgalē izveidojas visu laiku lielākā drava ar 3000 saimēm;

7) Latvijas bitenieki iemācās iegūt dravā visus biškopības produktus;

8) Latvijas dārzkopības un biškopības biedrības Cēsu rajona nodaļa izstrādāja un ražoja biškopības produktu preparātus veselības stiprināšanai un ārstniecībai. Tas pavēra iespējas biškopības produktus izmantot, radot jaunu biškopības produkciju (peru pienu, bišu indi);

9) Sekmīgi darbojas LM Biškopības pārvalde, veicinot strauju praktiskās biškopības attīstību,

10) 1967. gadā dibināta Latvijas Biškopības izmēģinājumu stacija, kur sāka Latvijas vietējās bites izkopšana un saglabāšana, tādējādi tika saglabāts Latvijas vietējās bites genofonds, jo šai bišu rasei ir dažas tādas īpašības, kādas nav citām rasēm;

11) saimju lietošanā un izmantošanā izstrādā un lieto industriālo metodi, kas ļauj modernizēt dravniecību, un tā kļūst ienesīga;

12) ievērojama nozīme ir biškopības literatūrai un periodiskajiem izdevumiem dravniecības jautājumos latviešu valodā, šis apstāklis ļāvis visiem biškopjiem iepazīties ar jauninājumiem biškopībā un pēc vēlēšanās pielietot tos savā saimniecībā;

13) 1990. gadā Latvija atgūst neatkarību, tas dod rīcības brīvību, bet privatizācijas procesā zaudēts ievērojams bišu saimju skaits, daudz kas jāpārvērtē un jāsāk no gala;

14) 1994. gada 13. septembrī tika reģistrēta sabiedriska organizācija "Latvijas Biškopības biedrība".

Latvijai nav tradicionāli attīstītu biškopības reģionu — nozare ir vienlīdz labi attīstīta visā valsts teritorijā. Līdz 1990. gadam Latvijā valdīja īpaši biškopības attīstību stimulējoši, no pasaules ekonomiskajām likumsakarībām nošķirti ekonomiskie apstākļi (nereāli augstas produkcijas realizācijas cenas,niecīgas ražošanas izmaksas un līdz ar to arī zema produkcijas pašizmaksa).

Biškopības tiesības ir aizsākušās jau senajā Latvijā, tajā laikā stropu vēl nebija un cilvēki dravoja biškokus. Kā pirmās tiesības senajos avotos minētas zemnieku ieraduma tiesības, tās nebija rakstītas, bet tika ievērotas no paaudzes uz paaudzi. Pēc senajām ieraduma tiesībām biškokus mantoja vecākais dēls. Darbojās arī vidējās bruņinieku tiesības, ko bija izdevis bīskaps Alberts 1228. gadā, kas paredzēja, ka par sveša biškoka nociršanu ir jāmaksā sods 1 marka, bet par apdzīvota bišu koka nociršanu sods bija 9 markas. Rīdzenieki drīkstēja

cirst kokus, pļaut pļavas, ierīkot dravas, ganīt lopus, bet viņi nedrīkstēja aizskart agrāk ierīkotus biškokus.

Sigismunda Augusta privilēģija 1561. gada 28. novembrī biškokus aplika ar nodokļiem.

1738. gada "Hercoga muižu nolikumā" bija paredzēts, ka biškokus hercoga mežā drīkstēja ierīkot tikai ar mežziņa atļauju, lai zemnieki varētu samaksāt hercogam noteiktās nodevas. Pretējā gadījumā zemnieku biškoki pāriet mežniecības īpašumā [45].

Mūsdienās biškopju darbību ietekmē vairāki normatīvie akti. Vieni ir tādi, kas ierobežo biškopju darbību, un otri ir tādi, kas aizsargā biškopjus. Tā kā biškopība ir pieskaitāma pie lopkopības nozares, tad uz to attiecas gan "Dzīvnieku aizsardzības likums", gan arī "Dzīvnieku un ganāmpulka reģistrācijas noteikumi" un "Valsts veterinārā departamenta rīkojums". Ja biškopis ir īpašnieks, tad uz viņu attiecas civillikuma lietu tiesību daļa. Biškopis bieži vien ir pats savas produkcijas izplatītājs, tad uz viņu attiecas arī noteikumi "Par pārtikas produktu atbilstības novērtēšanu" un noteikumi "Par pārtikas radioaktīvo piesārņojuma kontroli". Tā kā biškopis var būt arī uzņēmējs, tad viņu ietekmē arī komerclikums. Pēdējā laikā likumdošanas sakārtotībai tiek pievērsta sevišķa uzmanība. Īpaši tas bija aktuāli tad, kad Latvija iestājās ES un visa likumdošana bija jāsakārto atbilstoši ES noteikumiem. Arī pati ES daļēji finansēja likumdošanas sakārtošanu ar dažādu programmu palīdzību.

Likumi tiek izstrādāti, ņemot vērā profesionālo un nozaru asociāciju un apvienību viedokli. Latvijā galvenā apvienība, kura virza likumdošanas izstrādi biškopībā, ir Latvijas Biškopības biedrība [19]. LBB ir izstrādājusi vairākus normatīvos aktus, kuros būtu apvienoti vairāki iepriekšējie un arī izstrādāti jauni noteikumi.

Tālāk autors sīkāk apskata Latvijas biškopības likumdošanu.

Biškopības likuma mērķis ir regulēt bišu saimju turēšanu, kopšanu, izmantošanu, aizsardzību, nodrošinot visu fizisko un juridisko personu, kas nodarbojas ar biškopību, intereses un tiesības. Šis likums nosaka tiesisko kārtību, kā tiek veidota biškopības nozare valstī, kā arī atļauj MK un ZM izdot noteikumus šīs nozares attīstības veicināšanai. Šis likums paredz vispārējos noteikumus, kas jāievēro, nodarbojoties ar biškopību, reglamentē valsts darbību biškopības nozarē un veicina bišu saimju aizsardzību. Šajā likumā ir apvienoti vairāki citi likumi un noteikumi.

Biškopības likums paredz, ka Latvijā tiesības nodarboties ar biškopību ir visām fiziskām un juridiskām personām, kas vien to vēlas. Latvijā ar biškopību drīkst nodarboties arī ārvalstu pilsoņi un juridiskas personas līdzīgi kā Latvijas pilsoņi, pastāvīgie iedzīvotāji un juridiskas personas, ja to paredz starptautiskie līgumi. Tā kā starptautiskie līgumi to atļauj, tad

Latvijā ar biškopību drīkst nodarboties jebkurš, un, lai uzsāktu nodarboties ar biškopību nav nepieciešama licence. Tāpat nav ierobežots arī fizisko un juridisko personu īpašumā esošais saimju skaits, vienīgi īpašniekiem katru gadu vietējā pašvaldībā jāreģistrē tās.

Biškopības likums paredz, ka personām, kas nodarbojas ar biškopību, nedrīkst būt pozitīva reakcija uz bišu indi, bet šim pantam ir vairāk rekomendējošs raksturs, jo citādi tas nonāk pretrunā ar pantu, kas atļauj nodarboties ar to visiem, kas to vēlas. Bet katram cilvēkam ir pašam tas jāsaprot, ka, nodarbojoties ar biškopību, viņš riskē ar savu veselību vai pat dzīvību [34].

Biškopība ir specifiska ar to, ka dabiskās vairošanās ceļā no bišu saimes atdalās spiets, un spietam ir tendence meklēt sev jaunu vietu tālāk no vecās saimes atšķirībā no citām lopkopības nozarēm, kur parasti jaunie paliek pie mātes, un tādēļ dažreiz rodas strīdīgs jautājums par īpašuma tiesībām, kuram pieder spiets. Viena lieta ir, ja īpašnieks noķer spietu savā teritorijā, tad viņš arī paliek īpašnieks, bet, ja spiets aizlido projām, tad ir iespējami vairāki gadījumi. Līdz šim šos gadījumus regulēja tikai civillikums, bet, lai jaunajiem biškopjiem nebūtu jāpārzina civillikums, tad šie panti ir iekļauti arī biškopības likumā, un šo likumu vajadzētu pārzināt visiem biškopjiem. Ir iespējami šādi gadījumi, ka spiets aizlido un biškopis tam neseko, tas ielido cita īpašnieka stropā, un spiets kļūst par viņa īpašumu. Bet, ja spieta īpašnieks ir sekojis spietam, arī tad ir iespējami vairāki gadījumi:

1) spiets ir ielidojis cita īpašnieka bišu saimē, tad tas automātiski kļūst par bišu saimes īpašnieka īpašumu;

2) spiets ir ielidojis tukšā stropā vai nometies svešā teritorijā, tas saglabājas pamatīpašniekam, ja īpašnieks 24 stundu laikā pieteicis savas tiesības uz spietu, ja nepiesaka, tad spiets pāriet saņēmēja vai zemes īpašnieka īpašumā saskaņā ar civillikumu.

Mūsdienu praksē šādi strīdi par spietiem gadās reti, jo modernajā biškopībā cenšas dravot tā, lai saimes nesprietotu, bet, neskatoties uz to, ir svarīgi saglabāt šādus likuma pantus, lai aizsargātu nelielu dravu īpašniekus, jo spieta vērtība ir samērā liela un mazās dravās spēcīgāk izjūt šo līdzekļu zaudējumu.

Biškopības likumā ir vesela pantu grupa, kas attiecas uz bišu saimju izvietojumu. Fiziskas un juridiskas personas drīkst izvietot saimes savā teritorijā, bet uz citu īpašnieku zemes - tikai ar rakstisku īpašnieka atļauju. Panti vērsti uz to, lai nerastos strīdi par atlīdzību un zaudējumiem vai patvaļīgu darbību [1;25].

Ceļojošās dravas saimes ir jāizvieto 3 km attālumā no jau esošajām stacionārajām dravām, lai ierobežotu slimību izplatību, bet tajā pašā laikā saimes jāizvieto tādā attālumā no

sabiedriskajām vietām, ceļiem un mājlopu mītnēm, lai nodrošinātu cilvēku un mājlopu drošību.

Civillikumā ir precīzi pateikts, ka bišu saimes var novietot atstatus no satiksmes ceļiem - laukos vismaz 15 m, bet pilsētās un ciemos 25 m, vai pie kaimiņu zemes robežas, ja drava iežogota - laukos vismaz ar 2 metru, bet pilsētās – 2,5 metru augstu, ciešu sētu vai dzīvžogu, tad bišu saimes var turēt neatkarīgi no attālumiem [2;1,34].

Kultūraugu audzētājiem ir tiesības izmantot bites apputeksnēšanai, apmaksājot apputeksnēšanas izdevumus bišu saimju īpašniekam saskaņā ar noslēgto līgumu pēc vienošanās, bet līgums nav obligāta prasība.

Biškopības likums nosaka, ka juridiskās un fiziskās personas, kas realizē falsificētus biškopības produktus vai to izstrādājumus, ir saucamas pie atbildības likumā paredzētā kārtībā, atbildību par šādiem pārkāpumiem nosaka administratīvo pārkāpumu kodekss [1;3,12].

Valsts darbībai biškopības nozarē ir tādi uzdevumi, kuri būtu jānodrošina. Viens no šādiem uzdevumiem ir valsts uzraudzība biškopībā, kas tiek realizēta ar MK noteiktu institūciju starpniecību. Noteiktās valsts institūcijas veic vienotu biškopības nozares zinātniski tehnisko attīstību, veterinārās uzraudzības kārtību un tirdzniecībā esošo biškopības produktu un to izstrādājumu sistemātisku kontroli, kā arī nosaka kārtību, kādā veicama bišu saimju uzskaitē, kā veicama smago metālu, pesticīdu atlieku un radiācijas līmeņa uzraudzība biškopības produktos un to izstrādājumos. Institūcijas nodrošina mācības biškopības arodā un profesijā, kā arī nodrošina Latvijas vietējo bišu uzturošo selekciju un atbalsta biškopību starptautiskos pasākumos.

Kā otrs uzdevums, kas jāveic valstij, ir atbalsts biškopības nozarei. Valsts atbalsts izpaužas, daļēji kompensējot bišu karantīnu, slimību apkarošanas izdevumus. Tiem, kas nodarbojas ar biškopību, tiek piemēroti visi nodokļu atvieglojumi, kuri attiecas uz fiziskām un juridiskām personām, kas nodarbojas ar lauksaimniecisko ražošanu. Fiziskām un juridiskām personām, kas nodarbojas ar biškopību, piemēro visus kredīta saņemšanas un atmaksāšanas atvieglojumus, kuri paredzēti lauksaimniecībā, kā arī subsidē biškopību līdzvērtīgi augkopībai un lopkopībai kā īpatnējās lopkopības nozari.

Veterinārās prasības biškopībā tika paaugstinātas, lai pieskaņotu ES, valstij biškopības karantīnas izdevumu kompensācija bija sveša lieta, jo pēc iepriekšējām veterinārām prasībām, karantīnu reti kad kādai dravai noteica, bet ES šādu izdevumu atmaksāšana ir ļoti aktuāla. Autors uzskata, ja netiks sakārtots karantīnas izdevumu kompensēšanas mehānisms, tad

biškopji būs ieinteresēti slēpt slimību esamību dravā, lai varētu realizēt savu produkciju tirgū un tādejādi veicinās slimību izplatīšanos.

Nodokļu atvieglojumi un kredītu saņemšanas un atmaksāšanas atvieglojumi biškopības nozarē jau tagad ir tādi paši kā citās lauksaimniecības nozarēs, tāpēc nebūtu nepieciešams daudz ko mainīt.

Statistisko biškopības novērošanu Latvijā neveic speciālas organizācijas. Informācija nonāk no Valsts veterinārmedicīnas klīnikās savāktās informācijas. Autors uzkata, ka informācija bieži vien nav precīza, kāda tā varētu būt bijusi, ja tiktu organizēta speciāla novērošana, jo ne visi biškopji nes paraugus un reģistrē veterinārajās klīnikās, jo viņiem trūkst motivācijas uzrādīt savas dravas patieso lielumu.

Pārtikas un veterinārā dienesta uzdevums - veikt medus apstrādes un biškopības produktu ražošanas uzņēmumu uzraudzību un kontroli, lai visos biškopības produktu aprites posmos tiktu ievērotas normatīvajos aktos noteiktās prasības, kā rezultātā pie patērētāja nonāktu droša un nekaitīga medus produkcija un Latvijā ražotās produkcijas konkurētspēju palielinātu iekšējā un starptautiskajā tirgū [26].

Latvijas biškopību regulē un pārvalda ZM, kas izstrādā MK noteikumus un projektus.

1.2. Biškopības aizsardzības un medus standartu prasību novērtējums

Lai biškopības nozare varētu efektīvi pastāvēt un attīstīties, ir nepieciešams veikt bišu saimju aizsardzību. Biškopības likums paredz, ka bišu saimes turamas, kopjamas un nodrošināmas ar barību atbilstoši veterinārā dienesta prasībām. Lai nodrošinātu bišu saimju saglabāšanu, ir jāievēro vairāki noteikumi. Tie aizliedz izlaupīt bišu stropus un citādi kaitēt bišu saimēm, apzināti iznīcināt veselas bišu saimes un lietot bitēm indīgas ķīmikālijas 3 km rādiusā ap dravu, ja 48 stundas iepriekš nav rakstiski brīdināts biškopis, norādot bišu saimju izolēšanas ilgumu. Šis punkts ir veidots, izmainot "Augu aizsardzības līdzekļu tirdzniecības un lietošanas noteikumus", kuros bija paredzēts, ka ir jābrīdina tie biškopji, kas ir 2 km rādiusā un 3 dienas pirms lietošanas. Rādiuss tika palielināts tādēļ, ka 2 km rādiusā var nodarīt kaitējumu gan bitēm, gan cilvēkiem - produkcijas lietotājiem, jo 2 km ir produktīvais ienesums, bet 3 km rādiusā, kaut gan cilvēkiem var nodarīt minimālu kaitējumu, tomēr bitēm kaitējums var būt liels. Bet ne jau tas darīja biškopjiem lielākās galvassāpes, bet gan tas, ka augu aizsardzības līdzekļu lietošanas noteikumos nebija paredzēts, ka biškopis ir jābrīdina rakstiski, un tādā gadījumā grūti pierādīt, vai biškopis ir brīdināts mutiski [1,34].

Likums vēl aizliedz apstrādāt ziedošus augus ar indīgām ķīmikālijām. Tas, protams, biškopjiem būtu ļoti izdevīgi, ja to varētu īstenot, bet diez vai intensīvās lauksaimniecības

apstākļos augkopības nozarē strādājošie būtu ar mieru atteikties no tādas procedūras, jo, piemēram, ābelēm daudzi kaitēkļi uzbrūk tieši ziedēšanas laikā.

Likumā tiek teikts, ka aizliegts izvietot ceļojošo dravu tuvāk par 2 km no cita īpašnieka sētiem nektāraugiem bez viņa rakstiskas piekrišanas. Šādā gadījumā tiek pasargāta bitēm nepieciešamā barības bāze.

Ir gadījumi, kad bišu saimes rada draudus cilvēkiem vai dzīvniekiem, tās tiek pārvietotas, bet, ja tas nav iespējams, tās iznīcina biškopības speciālisti. Šis punkts vairāk attiecas uz savvaļā dzīvojošajām bišu saimēm, kuras sagādā grūtības tās pārvietot.

No savvaļā dzīvojošām bišu saimēm produkcijas ieguve veicama tikai ar teritorijas īpašnieka atļauju, jo teritorijas īpašnieks ir arī viņa teritorijā savvaļā dzīvojošās bišu saimes īpašnieks.

Bišu saimes pārvadājot ar transporta līdzekļiem, kontrolējošās institūcijas to drīkst aizturēt līdz 15 minūtēm, lai pārbaudītu kravas piederību, transporta līdzekļa tehnisko stāvokli un kravu pārvadāšanas noteikumu ievērošanu. Dravas īpašniekam jābūt dravas pasei ar atbilstošiem valsts veterinārā dienesta atbildīgo darbinieku ierakstiem [31,31]. Lai veiktu šajā punktā minētos uzdevumus, drīkst aizturēt jebkuru transporta līdzekli - ne tikai tos, kas pārvadā bišu saimes, bet šeit tiek vērsta uzmanība uz aizturēšanas ilgumu, jo, ilgāk aizturot, bišu saimes var iet bojā.

Ja tuvojas dabas stihijas, atbilstošajām institūcijām ir jābrīdina dravu īpašnieki personīgi vai ar masu saziņas līdzekļu starpniecību.

Lai šī punkta pirmo daļu varētu īstenot dzīvē, ir nepieciešams nospraust robežu, sākot no cik lielu dravu īpašniekiem par to paziņot, jo it sevišķi lauku rajonos ir daudz nelielu dravu un paziņot viņiem visiem personiski - vienkārši fiziski nav iespējams.

Latvijā ar biškopību nodarbojas visos novados, visvairāk biškopju, kuriem ir vairāk par 100 saimēm, ir Vidzemē, bet vislielākās biškopības saimniecības ir Kurzemē.

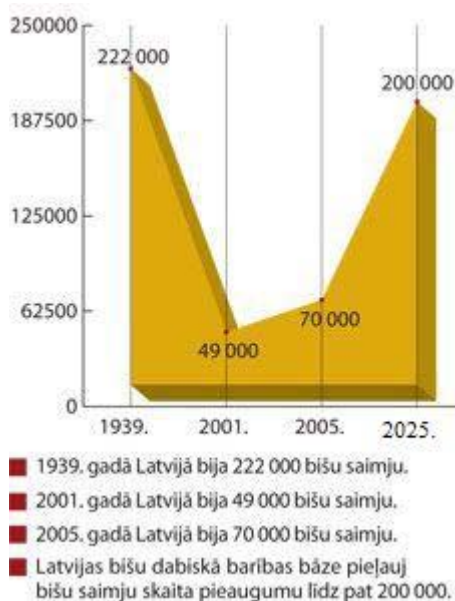


1.2.1. att. Bišu saimju skaita sadalījums Latvijā 2008. gadā [7]

1.2.1. attēlā piemājas saimniecības aizņem 40,1%, bet profesionālie biškopji 59,9 % no kopējā saimju skaita sadalījuma. Par profesionāļiem tiek uzskatīti tie biškopji, kuri pārzina 150 un vairāk bišu saimju, un Latvijā tagad tādu ir no 40 - 50. Lielākais bišu gans Latvijā ir Talsu rajona SIA „Kamenīte”, kuras īpašumā ir ap 700 bišu saimju un kurā darbojas vairāki dravnieki. Latvijas biškopji gadā saražo vidēji 600 – 800 tonnu medus. Ja gadās tāda vasara kā 2006. gadā, saražotā medus daudzums ir vēl lielāks. Savukārt no citām valstīm tiek ievests vidēji 150 –300 tonnu medus gadā.

Biškopība nav viegls darbs, pārsvarā tā ir kā papildu peļņas avots vai arī hobijs. Biškopības riskus veicina gan dažādas bišu slimības, gan ļoti mainīgie Latvijas laika apstākļi. Vidēji no viena stropa gadā var iegūt 20 kg medus, labākajos gados — pat līdz 40 kg. Savukārt, ja gadās tik nelāga vasara, kā tas reiz bijis sešdesmitajos gados, biteniekam no viena stropa izdodas iegūt knapi 200 gramu medus [9].

Latvijas ģeogrāfiskais stāvoklis ir labvēlīgs augstvērtīga medus iegūšanai. Mērenā klimata zonas jaukto koku meži, kas mijas ar plašiem siliem, dabiskajām un palieņu pļavām, krūmājiem, purviem un virsājiem, ir lieliska nektāraugu mājvieta, kuru daudzveidība nodrošina ievāktā medus kvalitāti.



1.2.2. att. Bišu saimju skaits un prognozes Latvijā sākot no 1939. gada [26]

Tātad 1.2.2. att. redzams, ka 1939. gadā bišu saimju skaits sasniedz 222000, tas bija pirmās Latvijas neatkarības gados, kad valdīja labs sociālais stāvoklis. Tad sekoja 2. Pasaules karš un PSRS okupācijas laiks, kurā ievērojami lielu daļu bišu izlaupīja, tās aizgāja bojā, cilvēki nebija spējīgi tās apkopt. Vēlāk padomju vara ieviesa kolhozus, kas nodarbojās ar biškopību. Privātajā sektorā saimju skaits samazinājās, jo bites bija jāatdod kolhoziem.

Biškopība, tāpat, kā visa lauksaimniecība pēc Padomju Savienības sabrukuma, izjuta ļoti lielas pārmaiņas. Pēc neatkarības atgūšanas mūsu valstī joprojām pakāpeniski bišu skaits samazinājās, tomēr ar katru gadu šis samazinājums palika arvien mazāks. 1991. gadā pret 1990. gadu saimju skaita samazinājums bija 17,5 tūkstoši saimju, bet 1999. gadā, tas bija vairs tikai 6 tūkstoši saimju pret 1998. gadu. Tas nozīmē, ka nozare pamazām sāk stabilizēties.

Kopējais saimju skaits no 1990. – 1999. gadam ir samazinājies par 74 tūkstošiem. To var izskaidrot ar to, ka pēc neatkarības atgūšanas pirmie desmit gadi bija pārejas posms Latvijas biškopībai.

Sākotnēji 90. gados saimju skaits samazinājās, jo visi kolhozi tika pakļauti privatizācijai, un ne visi, kas privatizēja saimes, bija spējīgi tās turēt. Sākot no 1997. gada, saimju skaits samazinās lēnāk un to varētu izskaidrot ar to, ka Latvijā, tāpat kā visā Eiropā, pieaug vidējais biškopju vecums, jauni cilvēki nelabprāt iesaistās šajā nozarē, un, vecajiem aizejot, nav kas nāk vietā.

Saimju skaita samazinājums deviņdesmitajos gados skaidrojams ar izmaiņām valsts ekonomikā, kas īpaši smagi skāra biškopību. Pēc lauksaimniecības skaitīšanas rezultātiem 2001. gadā Latvijā bija 8300 biškopju ar kopējo bišu saimju skaitu 49 tūkstoši, 2002. gadā saimju skaits palielinājies līdz 54 tūkstošiem pēc CSPD.

Statistikas dati liecina, ka liela daļa bišu saimju (ap 19,8 tūkstošiem jeb 40,1%) ir Latvijas iedzīvotāju piemājas saimniecībās. Dravošana šeit notiek ļoti ekstensīvi vai labākajā gadījumā hobija līmenī. ZM izstrādātajā dokumentā teikts, ka šīs dravas ir nelielas — tajās nav vairāk par piecām līdz deviņām bišu saimēm, nereti to īpašniekiem nav speciālas izglītības biškopībā.

Autors uzskata, ka dravām nepieciešama papildu uzraudzība un aprūpe gan no valsts institūciju puses, gan biškopju sabiedrības, jo šo nelielo dravu īpašniekiem maz rūp viņu īpašumā esošo saimju veselība, un bieži vien tās kļūst par bīstamu lipīgo slimību infekcijas avotu apkārtējo dravu saimēm.

Tā kā medus ir viens no galvenajiem produkcijas veidiem, ko ražo Latvijas biškopji, tad, lai aizstāvētu patērētāju un arī biškopju pašu tiesības, 2000. gadā tika izstrādātas un apstiprinātas obligātās marķējuma un nekaitīguma prasības medum. Šie noteikumi tika izstrādāti saskaņā ar veterinārajām prasībām, noteikumiem "Par pārtikas produktu atbilstības novērtēšanu" un noteikumiem "Par radioaktīvā piesārņojuma kontroli", kā arī papildināti ar pavisam jaunā prasībām par medus marķēšanu [3].

Šo prasību mērķis ir apgrūtināt nekvalitatīva medus iekļūšanu tirgū, tādējādi aizstāvēt patērētāju tiesības uz kvalitatīvu un veselīgu preci, kā arī mērķis ir nepieļaut citu valstu

produkcijas ienākšanu Latvijas tirgū tā, lai to tirgotu kā Latvijas produkciju, tādejādi aizstāvēt vietējo biškopju tiesības uz godīgu konkurenci.

Šīs prasības attiecas uz visiem Latvijas medus ražotājiem, pārstrādātājiem un realizētājiem tirgū. Prasības tika izstrādātas, apvienojot divus projektus, no kuriem vienu izstrādāja Latvijas Biškopības biedrība un otru LBB Cēsu nodaļa. Abi tika apspriesti un biškopji izvēlējās sev piemērotāko [11,18].

Medus nedrīkst saturēt toksiskās vielas, kas radušās no mikroorganismiem vai augiem tādā daudzumā, kas var radīt risku lietotāja veselībai un dzīvībai, kā arī citus produktus un medus sastāvam neatbilstošas organiskās vielas vai neorganiskās vielas un piemaisījumus (piemēram, pelējumu, kukaiņus, kukaiņu atliekas, perus, smilšu graudiņus).

Visas biškopības prasības ir piemērotas ES tirgus prasībām, un biškopim ir nepieciešams kontrolēt ķīmikāliju pielietošanu bišu slimību apkarošanā vai profilaksē.

Medu marķē saskaņā ar normatīvajiem aktiem. Uz iepakojuma un fasējuma jānorāda medus ievākšanas valsts, ievākšanas gads, medus fasēšanas gads un mēnesis. Ja ražotājs (fasētājs) vēlas, var norādīt augus, no kādiem medus iegūts.

Autors uzskata, ka mūsdienās sevišķi svarīgi priekš Latvijas biškopjiem ir norādīt kādas valsts izcelsmes medus izcelsmi, jo valstī straumēm plūst iekšā importa medus.

Importa medus ir lētāks, bet, kā ir atzinuši daudzi speciālisti, Latvijā ievāktais medus ir vērtīgāks, pateicoties mūsu dabas daudzveidībai, un tādēļ pircējs iepērkoties ir tiesīgs zināt izcelsmes vietu, jo dažreiz praksē ir pierādījies, ka importa medus tiek tirgoti kā Latvijas medus, tādejādi radot nelabvēlīgus konkurences apstākļus vietējiem biškopjiem un krāpjot pircējus [21].

Uz etiķetes ir jānorāda preces īpašnieka vai fasētāja nosaukums un adrese, neto svars, lietošanas beigu termiņš, glabāšanas noteikumi pircēju informēšanai.

Tikai parādot uz etiķetes šo informāciju, pircējs gūst pilnīgu priekšstatu par preci, vienīgais, ka dabīgam medum glabāšanas termiņu ir noteikt gandrīz neiespējami.

Par šo nodaļu, var secināt, ka Latvijā biškopības pirmsākumi jau meklējami Lisas un Āraišu ezerpiļu kultūrslāņos 9. – 10. gs.

Latvijas likumdošana paredz normas, kas no vienas puses atbalsta biškopjus, tā arī no otras puses patērētājus ar kvalitatīvu produkciju.

Nodaļā tika apskatīta biškopības vēsture un likumdošana no seniem laikiem, līdz mūsdienām Latvijā, kas dod priekšstatu par tās attīstību.

Turpmāk darbā tiks apskatīta biškopības produktu ražošana, pārstrāde un realizācija.

2. LATVIJAS BIŠKOPĪBAS PRODUKCIJAS RAŽOŠANAS, PĀRSTRĀDES UN REALIZĀCIJAS ANALĪZE

2.1. BIŠKOPĪBAS PRODUKTI UN SORTIMENTS

Produkcija ir ražošanas laikā iegūtās vērtības, kuras var izmantot gan savām vajadzībām, gan arī izmantot peļņas iegūšanai.

Latvijā biškopības nozarē galvenokārt tiek ražots pārtikas produkts medus, bet daudz lielāka nozīme biškopības produktiem ir ārstniecībā. Tāpat dažus produktus izmanto arī rūpniecībā.

Katram biškopim ir svarīgi saprast, kādus produktus ražot un kur pārdot, jo produktu ir samērā daudz, bet realizācijas iespējas ierobežotas.

Medus ir visnenākais un visizplatītākais biškopības produkts. To lieto cilvēki visā pasaulē. Medus ražība ir atkarīga no saimes lieluma, no saimju skaita vienā vietā (ja būs par daudz, tad medus raža samazināsies), bet visvairāk medus ražu ietekmē laika apstākļi. Latvijā viena saime pēc aprēķiniem vidēji dod 10 kg medus, bet patiesībā biškopji rēķinās ar 15 līdz 40 kg no saimes. Atsevišķās valstīs dravās pie ļoti labvēlīgiem laika apstākļiem iegūst pat vairāk par 100 kg no saimes. Varētu padomāt, ka mūsu bites ir slinkākas, bet patiesībā atšķirība rodas tādēļ, ka sezona mums ir daudz īsāka nekā siltajās zemēs [29,25].

Ziedputekšņi ir otrs izplatītākais biškopības produkts Latvijā. Arvien vairāk attīstās putekšņu ražošana. Katru gadu pieaug pieprasījums pēc barojošā, tonizējošā biškopības produkta. Bet ne visi biškopji to ražo, jo, lai ražotu ziedputekšņus, ir jāiegādājas speciālas žāvēšanas iekārtas un jāpievērš īpaša uzmanība kvalitātei, kas ietekmē putekšņu cenu, tādēļ daudzi negrib to uzņemt. Vidējā putekšņu raža Latvijā ir 6 - 9 kg no saimes. Pašreiz ražošanas kopapjomu Latvijā noteikt ir grūti, jo ne visi biškopji uzrāda patiesos medus ievākuma datus.

Vasks - šis produkts ir unikāls ar to, ka to bites nevis savāc no dabas un pārveido, bet gan pašas izdala ar dziedzeriem un būvē ar to savu ligzdu. Biškopji saražoto vasku galvenokārt izmanto apmaiņai pret mākslīgajām šūnām, vai paši no tā taisa mākslīgās šūnas.

Propoliss jeb bišu līme ir ļoti ārstniecisks, to plaši izmanto mūsdienu medicīnā. Jau īpaši necenšoties ražot propolisu, kā blakusproduktu vien var iegūt 20 - 60 gramus no saimes, bet, ja ar to sāk nodarboties apzināti, tad var iegūt pat 300 gramus no saimes.

Bišu inde tikko pēc Latvijas neatkarības atgūšanas bija pieprasīts biškopības produkts, daudzi biškopji sāka ražot bišu indi un labi nopelnīja, bet sabojāja veselību, jo, kaut gan no bišu

indes ražo ļoti labas zāles, nesagatavotā formā tā ir ļoti indīga.

Bišu māšu peru pieniņš ir bišu dziedzeru produkts, tāpēc tā ražošana ir mazāk atkarīga no klimatiskajiem apstākļiem. Latvijā, lai saražotu 1 kg peru pieniņu ir nepieciešamas 10 bišu saimes, un tādēļ ir grūti sacensties ar siltzemju biškopjiem.

Bišu mātes pašas mūsdienās ir plaši izplatīts produkts, jo biškopji apzinās, ka ar spietošanu dravot vairs nav moderni, kā arī mazās dravās pašam mātes audzēt nav izdevīgi, bez tam strauji izplatās informācija par dažādām labām bišu rasēm un to krustojumiem, un biškopji cenšas tās iegādāties. Tomēr audzēt mātes pārdošanai nevar katrs, kurš to vēlas, jo atšķiras noteikumi, kas ir daudz stingrāki, nekā pārējo preču ražošanai, mātes pārsvarā audzē pašu vajadzībām.

Bites jeb bišu paketes kādreiz, kad modē bija bišu vešana uz Karēliju, bija ļoti iecienīts products. Tad vasaras sākumā nopirka bišu paketes, kas sastāvēja no četrām kārēm un dējošas mātes, tās aizveda uz Karēliju, bet rudenī veda atpakaļ tikai tukšos stropus un medu.

Mūsdienās tā vairs Latvijā nedravo, bet bišu pakešu audzēšana ir saglabājusies, tās pērk vai nu tie, kas sāk no nekā, vai arī tie, kas vēlas papildināt savu dravu.

Tālāk autors apskata biškopības produkcijas sortimentu.

Lielas pārmaiņas ir notikušas arī pasaules biškopības produkcijas sortimenta ražošanā. Ja 1987. gadā medus biškopim bija 63% no kopējiem ienākumiem, un pārējais dažādu citu produktu ražošanā un pārstrādē, tad 1997. gadā medus no kopējiem ienākumiem bija vairs tikai 38 %, un pārējie ienākumi bija citi biškopības un dažādi medus pārstrādes produkti [4,25].

Pašlaik biškopības attīstību kavē medus imports par ļoti zemām cenām un strauji pieaugošās ražošanas izmaksas. Importa medus rada konkurenci Latvijas biškopjiem, taču tāda ir realitāte. Pēdējo gadu laikā medus patēriņš Latvijā gadā pieaudzis par 60, 9%. Ta ir no 242 gramiem līdz 400 gramiem uz vienu iedzīvotāju.

Medus cena Latvijā ir viena no augstākajām Eiropā, tāda pati cena kā Latvijā vēl ir vienīgi Vācijā. Tādēļ uz medus eksportu uz Eiropu cerēt nav īpaši prātīgi, bet nākotnē varētu eksportēt uz rietumiem. Piemērām, ļoti plašs bišu indes tirgus ir Amerikā, bet arī cenas tur ir ļoti atšķirīgas.

Kaut arī pēdējos gados ražošanas apjoms pieaug, tomēr vietējie ražotāji joprojām nenodrošina valsts kopējo medus patēriņu. Latvijas pašnodrošinājums ar medu ir virs ES valstu vidējā rādītāja, kas ir ap 46%.

Medus ražošanas apjomu ir iespējams palielināt, jo Latvijas bišu dabiskā barības bāze pieļauj bišu saimju skaita pieaugumu līdz pat 250 tūkstošiem.

Biškopības produktu iekšējais tirgus nav sakārtots. Lielos daudzumos plūst importa medus, bet daļa vainas jāuzņemas biškopjiem pašiem, jo paši spēj apmierināt tikai pusi no pieprasījuma. Tomēr biškopjus vairāk uztrauc ne jau tas, ka to iaved, bet ka ievesto medu tirgo, kā vietējo, uzlīmējot Latvijas etiķeti, tādējādi noņemot ievestajam medum konkurenci, jo vietējais medus bieži kvalitātes un botāniskās izcelsmes ziņā pārspēj ievesto.

Neskatoties uz to, vietējam ražotājam vēl nav par ko uztraukties, jo galvenos biškopības produktus, medu un ziedputekšņus, Latvijas biškopji var realizēt bez problēmām, un atsevišķiem biškopjiem ir iespējas realizēt arī citus biškopības produktus, bet tad ir jānoslēdz līgums.

Latvijas medus pieprasījums vidēji gadā svārstās no 1000 – 1200 tonnām medus.



2.3. att. Vidējais medus sadalījums tonnās no 2006. – 2009. gadam [9]

Tālāk, autors analizē ekspertu atbildes (anketu skatīt pielikumā nr. 1).

Tika aptaujāti 10 Latvijas biškopji. No tiem 8 biškopji atbildēja, ka nodarbojas ar biškopību, jo tas ir viņu vaļasprieks, bet 2 - kā peļņas avots.

Četri biškopji uzrādīja, ka vidēji gadā saražo līdz 200 kg medus, bet 3 - līdz 100 kg medus gadā. Divi biškopji, kas orientējās uz peļņu, saražo līdz 500 kg un vairāk gadā.

No visiem aptaujātajiem neviens neeksportē medu, visu realizē vietējā tirgū.

No 10 biškopjiem 7 iztirgo visu saražoto medu Latvijas tirgū, bet 3 biškopjiem ir medus pārpalikums.

Puse no aptaujātajiem sniedz patiesas ziņas par bišu saimju skaitu un ievāktu medus daudzumu gadā.

Lai pilnvērtīgi izanalizētu Latvijas biškopību, ir nepieciešams aptaujāt vismaz 100 - 200 biškopjus.

2.2. PRODUKCIJAS RAŽOŠANĀ NEPIECIEŠAMO RESURSU UN TO IZMANTOŠANAS RAKSTUROJUMS

Uzņēmuma līdzekļus un darbības paņēmienus, kuri tiek izmantoti produkcijas vai pakalpojumu ražošanai, sauc par uzņēmuma ražošanas resursiem. Izšķir četrus ražošanas resursu veidus: zeme, kapitāls, darbaspēks, uzņēmējspējas, informācija.

Zemes resursi ir zeme, ūdens, meži, gāze un citas zemes bagātības. Lauksaimniecībā, kā galvenais dabas resurss ir zeme. Savukārt biškopībā galvenie dabas resursi ir nektāraugi un putekšņdevēji augi, kurus bites izmanto, lai saražotu produkciju. Šos augus var izdalīt divās lielāsgrupās: savvaļas un kultivējamie.

Pasaulē ir gan tādas valstis, kur galveno ienesumu iegūst no kultivējamiem nektāraugiem; piemēram, Ķīnā no cidonijām, gan arī tādas valstis, kur galvenais nektāraugs ir savvaļas augs; piemēram, Karēlijā vējkaņepes [29,3].

Lielākais ienesums ir no dažādiem savvaļas nektāraugiem. Deviņdesmito gadu vidū un beigās biškopji par vienu no galvenajiem nektāraugiem uzskatīja usnes, kuras apkārtējie zemnieki "audzēja" savos tīrumos. Ja lauksaimniecības stāvoklis republikā uzlabosies, tad mums būs par vienu labu nektāraugu mazāk. Bet arī bez usnēm Latvijā ir daudz citu labu nektāraugu, kā avenes, pienenes, kļavas u.c. Daudzi iedzīvotāji uzskata, ka galvenais ienesums ir no liepām, bet patiesībā tā nav, liepas ir ļoti labs nektāraugs, bet pilnvērtīgi tās nektāru izdala tikai reizi piecos gados, tādēļ dravniekiem ienesums no liepām nav galvenais.

No kultivējamiem nektāraugiem Latvijā par galveno droši var uzskatīt sarkano āboliņu, tas tādēļ, ka tas labi izdala nektāru un to audzē ļoti daudzi zemnieki. Tas ir kļuvis par gandrīz neatņemamu mūsdienu augsekas sastāvdaļu un lopbarību. Citus kultivējamus nektāraugus zemnieki retāk sēj, to drīzāk dara biškopji paši vai arī saimniecības, kas specializējas, piemēram, rapša, griķu, melisas u.c. audzēšanā.

Ļoti svarīgs ir nektāraugu sadalījums sezonā. Latvijā tā ilgst 5 mēnešus. Pavasarī daba pret bitēm skopojas vismazāk, tādēļ ka apkārtnē ir ļoti daudz nektāraugu (kārkli, akācijas, pienenes u.c.). Nedaudz sliktāk ir pašā vasaras sākumā, kad biškopim vai nu bites jāved uz ganībām, vai arī pašam jāaudzē nektāraugi. Vasaras vidū nektāraugu netrūkst, jo tad zied mežos augošie augi un var iegūt arī izsvīduma medu. Vissbēdīgākā situācija ir vasaras beigās un septembra sākumā, kad vairs nezied nekādi augi. Šajā laikā biškopis var cerēt vai nu uz āboliņa atālu, vai arī bites jālaiž viršu ganībās [29].

Latvijā šie nektāraugu resursi netiek izmantoti pilnībā, pie mums ir iespējams turēt 200,

pat varbūt 300 tūkstošus saimju, bet mums ir tikai ap 100 tūkstošiem, tādējādi mēs dabas dāvanu medu atstājam ziedos nepaņemtu.

Arī zemei kā ražošanas līdzeklim biškopībā nav mazsvarīga nozīme, jo tā ir vieta, uz kuras izvieto bišu saimes, kā arī vieta, kur audzēt nektāraugus un veikt citus darbus.

Kapitāls ir visi cilvēka darba radītie un paaudžu gaitā uzkrātie ražošanas līdzekļi, kuri kalpo preču ražošanai, pakalpojumu sniegšanai un nogādāšanai līdz patērētājam. Kapitālu atkarībā no tā vērtības un piedalīšanās ilguma ražošanas procesā iedala pamatkapitālā un apgrozāmā kapitālā.

Pie pamatkapitāla pieder tādi līdzekļi, kuru lietošanas termiņš pārsniedz vienu gadu.

Pie pamatlīdzekļiem biškopībā var ieskaitīt ēkas. No ražošanas ēkām biškopībā ir nepieciešama: noliktava, kur uzglabāt biškopības inventāru (kārītes, stropus, barotavas), kā arī dravas māja, kurā biškopis sviež medu, šūno šūnas, kā arī veic citus darbus. Tāpat ir jābūt arī kādai produkcijas uzglabātuvei, kur uzglabāt medu, šūnas un citu produkciju. Tā var būt gan atsevišķa ēka, gan arī telpa kādā citā ēkā.

Pie pamatlīdzekļiem biškopībā jāpieskaita arī stropi, kaut gan stropa vērtību Latvijā ir noteikt ļoti grūti. Dažādās vietās tā svārstās no 50 līdz 150 latiem. Bet stropa lietošanas termiņš ir 10 līdz 15 gadi.

Tāpat no pamatlīdzekļiem biškopībā būtu vajadzīgs transporta līdzeklis, ar kuru varētu apkalpot dravas un nogādāt produkciju realizācijas vietā.

Viens no neatņemamākajiem pamatlīdzekļiem biškopībā ir medussviede. Mūsdienās ir ļoti daudz dažādu iespēju iegādāties medussviedi, parasti dravniekam jāizvēlas pēc dravas lieluma un darba intensitātes.

Apgrozāmais kapitāls ir līdzekļi, kas nolieojas vienā ražošanas ciklā.

Biškopībā pie ražošanas līdzekļiem jāpieskaita mazvērtīgais inventārs, kurā ietilpst - rāmīši, kaltiņi, slotiņas, stieples, māšu krātiņi un daudz kas cits. Šis inventārs parasti kalpo ilgāk par vienu gadu.

Pie ražošanas līdzekļiem ir jāpieskaita arī izejvielas. Biškopībā šādas izejvielas ir cukurs (saimju stimulēšanai un piebarošanai), mākslīgās šūnas, bišu barība.

Pats galvenais ražošanas līdzeklis biškopībā ir pašas bites. Bites nolieojas vienā ražošanas ciklā, to nosaka tas, ka bitēm vienā sezonā nomainās piecas paaudzes.

Darbspēks ir viens no resursu veidiem, kuri būtiski atšķiras no citiem resursiem ar to, ka to veido cilvēku darbs. Darbs ir cilvēka mērķtiecīga darbība, ar kuras palīdzību viņš pārveido dabu un izmanto to savu vajadzību apmierināšanai. Tās ir cilvēku fiziskās un prāta spējas, ko

patērē preču ražošanas un pakalpojumu sniegšanas procesā.

Latvijas dravās lielākajā daļā strādā paši biškopji un palīdz viņu ģimenes, jo mums nav tik lielas dravas. Pēc padomju laiku standartiem vienam cilvēkam ir jāapkopj 55 saimes, kas arī mūsdienās ir diezgan tuvu realitātei, dravās, kuras ir lielāka, nekā ģimenes locekļi spēj apkopt, saimnieki vai nu ņem praktikantus, vai nu strādniekus, kaut gan ne jau visus var pierunāt strādāt pie bitēm, tādēļ biškopībā strādā savu darbu mīloši darbinieki.

Viens no darbaspēka efektivitāti raksturojošiem lielumiem ir darba ražīgums. Darba ražīgumu bitēm nosaka pēc medus iegūšanas uz vienu saimi kg.

Uzņēmējspējas ir īpašs talants, īpaša dabas dāvana, kas piemīt šauram cilvēku lokam, kas apvieno un koordinē, saskaņo citus resursu izlietošanu. Pasaulē tieši šo resursu uzskata par visdārgāko [14].

2.3. BIŠKOPĪBAS PRODUKCIJAS TIRGUS UN TĀS RAŽĪGUMA RAKSTUROJUMS

Lai palielinātu produkcijas daudzumu, ir iespējami 2 ceļi - ekstensīvais un intensīvais. Izvēloties ekstensīvo ceļu, produkcijas daudzumu palielina palielinot, resursu skaitu. Biškopībā ekstensīvā ražošana pamatojas uz saimju skaita palielināšanu. Tomēr mūsdienās brīvā tirgus konkurences apstākļos daudz vērtīgāk ir palielināt ražošanas apjomu, intensificējot ražošanu, tas ir, palielinot darba ražīgumu jeb produkcijas kopieguvi no vienas vienības [33,16].

Biškopībā, lai palielinātu produkcijas kopieguvi no vienas vienības, ir precīzi jāzina apstākļi, kas ietekmē ražību, un tādi ir vairāki.

Viens no apstākļiem ir pareizi izvēlēties dravošanas metodi, kurā ietilpst bišu rases, stropu un medus ražošanas paņēmieni izvēle. Jau sen ir zināms, ka dažādās pasaules vietās dzīvo dažādas bišu rases, un tās visas ir ļoti atšķirīgas. Mūsdienās dravniekiem ir iespējas iegādāties jebkuru rasi, bet viņam ir jāzina, kura viņa vietējos apstākļos būs vispiemērotākā.

Visvairāk Latvijā rases izvēli ietekmē laika apstākļi, jo siltzemju bišu rases mūsu apstākļos slikti ziemo, turpretī mūsu vietējā bišu rase nav tik ražīga un bites ir niknas. Tādēļ tika meklēta izeja, un tā tika atrasta, krustojot bišu saimes. Pirmais krustojums patur labās īpašības no abām bišu rasēm, un tāpēc tas ir jāizmanto intensīvajā biškopībā [44,8].

Stropu izvēle ir atkarīga no apkārtējās vides un pielietošanas ērtuma. Intensīvai biškopībai vairāk ir piemērojami pārvadājamie stropi, jo tos ir vieglāk pārvietot uz ienesuma vietām, bet, ja spēj nodrošināt ienesumu uz vietas, tad piemērotāki ir stāvstropi un guļstropi.

Tāpat viens no apstākļiem ir nodrošināt saimei optimālos bioloģiskos apstākļus, tas ir saimes spēks un ienesums dabā. Saimes spēku ietekmē bišu daudzums pavasarī, bišu mātes

dējība, veterinārie apstākļi. Pavasarī saimes masai jābūt vismaz 1,5 – 2 kg bišu, tad saime ātri attīstās un labi izmanto ienesumu. Ja saimes pavasarī būs vājākas, tad tās nepaspēs uz ienesumu attīstīties. To biškopim jānodrošina jau rudenī, saimes iezīmojot. Bišu mātei jābūt dējīgai, lai paspētu sadēt vajadzīgo bišu daudzumu uz ienesumu. Ja māte slikti dēs, tad bitēm nebūs ko darīt un tās spietos, kas samazinās ražību. Labas bišu mātes dravnieks iegūst, rūpīgi veicot selekcijas darbu dravā (audzējot mātes no labākajām saimēm). Autors uzskata, ka lielākos ekonomiskos zaudējumus dravā mūsdienās var nodarīt slimības vai kaitēkļi. Atsevišķas slimības, kā peru puves, varatoze nodara dravai zaudējumus pat par 30 - 80%, un, ja tās neārstē, tad bites var aiziet bojā pavisam [46,7]. Tādēļ ļoti svarīgi dravā ir ievērot veterinārsanitāros noteikumus, kuros intensīvās biškopības apstākļos galvenais ir dravu profilakse, kura paredz negaidīt, kad slimība ieviesīsies, un dot saimēm zāles jau priekšlaicīgi, bet līdz ar to ir jāievēro, lai zāļu daudzums produkcijā nepārsniegtu pieļaujamo.

Bites un nektāraugi ir tikpat nešķirami jēdzieni kā lopkopība un lopbarība, tādēļ, ja nav dravā ienesuma, tad dravniekam bites jāpārved vai jāšēj nektāraugi pašam.

Dravas lielumu nosaka pēc apputeksnēšanai nepieciešamo bišu saimju skaita un bišu barības bāzes. Aprēķinot apputeksnēšanai vajadzīgo bišu saimju skaitu, ņem vērā apputeksnējamo kultūraugu platības, ziedēšanas laiku un ilgumu, uz platības vienību nepieciešamo bišu saimju daudzumu. Vērtējot bišu barības bāzi, aprēķina nektāraugu platības 2 km rādiusā ap dravas pamatnovietni un iespējamo nektāra daudzumu no šīs platības. Vērtējot barības bāzi, jāņem vērā, ka bites praktiski spēj savākt ne vairāk kā 50 % no nektāra, ko izdala nektāraugi. Protams, jāņem vērā dravas ceļošanas iespējas uz dažādiem nektāraugu masīviem. Analizējot dravas lielumu, jāņem vērā, ka bites savām vajadzībām gadā patērē 80 – 100 kg medus. Ilggadēji pētījumi liecina, ka arī samērā labos ganību apstākļos sezonā vienā vietā var turēt no 10 – 20 bišu saimes. Dravas novietnes sezonā izvietojiet ne tuvāk kā 3 – 4 km citu no citas.

Vidēji no vienas bišu saimes 2009. gadā tika ievākti 18 - 25 kg medus, tas ir mazāk nekā 2006. gadā, kad ražība sasniedza līdz pat 38 kg no saimes. Būtiski ir atcerēties, ka ražotāja sekmes ir atkarīgas ne tikai no saražotā produkta apjoma un kvalitātes, bet arī no realizācijas vietas [7,21].

Tālāk autors apskata biškopības produkcijas tirgu.

Iekšējais tirgus ir tirgus, kas norisinās valsts iekšienē starp ražotāju un pārstrādātāju, ražotāju un patērētāju.

Ar cenu ekonomikā saprot kādas preces, pakalpojuma vai aktīva vērtības izteiksmi

naudas vienībās. Cena izsaka vērtības attiecību starp dažādām precēm vai pakalpojumiem. Ja nebūtu naudas kā maksāšanas līdzekļa, tad pastāvētu maiņas tirdzniecība jeb barters, kā tas arī bijis pirmatnējās sabiedrībās ar zemu ekonomikas attīstības pakāpi.

Medu tirgo visā Latvijas teritorijā, un tā pieprasījums ir atšķirīgs.

Medus cenu Latvijā lielākoties nosaka pieprasījums, par ko var spriest pēc tā, ka, jo lielāks pieprasījums, jo augstāka cena, kā tas ir, salīdzinot Rīgu vai citu lielpilsētu ar kādu mazpilsētu. Atšķirība ir diezgan jūtama, bet tomēr iedzīvotāji pērk preci. Tikai atsevišķos gados, kad ir slikta raža, piedāvātājs nosaka savu cenu, neskatoties uz pieprasījumu, tādos gadījumos cena varētu būt ļoti līdzīga visā Latvijā, un tā būtu ļoti augsta.

Visu medu tirgū spēj realizēt tikai biškopji amatieri un biškopji uzņēmēji, kuriem ir līdz 30 bišu saimēm, jo pirmie apmierina ģimenes vajadzības, bet otrie arī ikgadējos pircējus, pārējie biškopji saskaras ar realizācijas grūtībām, it sevišķi biškopji, kuriem ir virs 100 saimēm, šādos gadījumos biškopjiem nākas medu realizēt ar netiešo sadali, pārdodot medu dažādiem starpniekiem.

Vairumtirdzniecībā medu Latvijā iepērk par 1.5 – 3 Ls/kg, bet pārdod par 4 – 10 Ls/kg [5]. Tas norāda, uz to, ka pārpircējs gūst daudz lielāku peļņu nekā ražotājs pats, tāpēc, ļoti bieži avīzēs parādās sludinājumi par medus iepirkšanu vairumā, jo tas ir izdevīgs bizness.

Ir arī tādi pircēji, kas, neskatoties uz to, ka tirgū ir lētāks medus, iegādājas veikalā dārgāku preci, tie ir tie cilvēki, kas baidās no viltojumiem, bet, pērkot veikalā, viņi ir droši, ka prece ir īsta. Tas notiek tāpēc, ka medus ir viena no tām precēm kuru ir visvieglāk noviltot, un bieži tas arī notiek. Medus viltojumu ir grūti noteikt, ar primitīvām metodēm var noteikt, vai medus ir nogatavināts vai nav, bet nevar noteikt, vai tas ir īsts medus vai bišu pārstrādāts cukursīrups. Šis apstāklis nedaudz samazina medus pieprasījumu.

Vēl medus uz tirgus parādās šūnu medus veidā. Tas ir daudz dārgāks par parasto medu, un to parasti nepērkdaudzi, to var uzskatīt par turīgāko pircēju preci. Parasti šāds medus tirgū maksā pat 7 Ls/kg un vairāk, bet zemā pieprasījuma dēļ daudzi biškopji to nemaz nepiedāvā tirgū.

Ziedputekšņus biškopji pārsvarā tirgū nepārdod, bet tos realizē pārdodot pārstrādes uzņēmumiem, vai starpniekiem. Atsevišķi biškopji realizē putekšņus arī tirgū, bet šādi produkcijas nav liela pieprasījuma. Pieprasījums pēc ziedputekšņiem ir lielāks nekā Latvijas biškopji to var apmierināt, tomēr cena paliek nemainīga, jo nav daudz vietu, kur tos realizēt.

Arī propolisa pieprasījums ir nemainīgs, jo pašreiz to plaši pielieto, katru gadu iepirktais tiek izmantots un nerodas pārpalikumi.

Bišu indei un peru pieniņam pašlaik Latvijas tirgū nav pieprasījuma, arī piedāvājuma, tāpēc nav jēgas ražot to, ko nevar realizēt.

Sakarā ar to, ka nozare pakāpeniski attīstās, tad tirgū ir parādījies pieprasījums pēc bišu mātēm un bišu saimēm [7].

Jebkurā ražošanas procesā rodas ieņēmumi un izmaksas.

Biškopības nozarē ieņēmumus sastāda summas no medus, ziedputekšņu un propolisa vai citas produkcijas realizācijas.

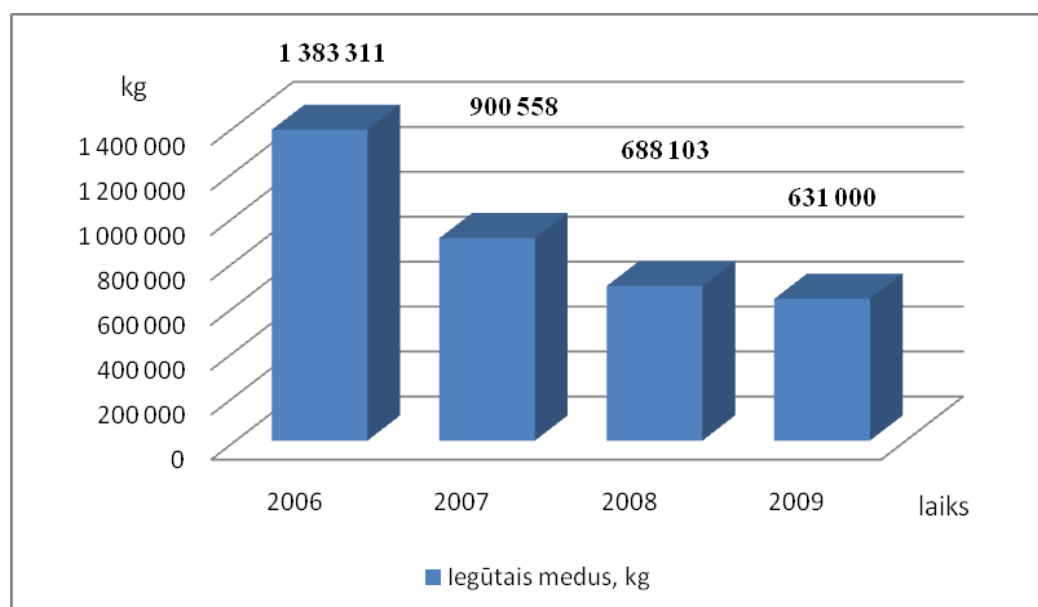
Biškopības nozarē pie mainīgām izmaksām pieskaitāmas tās, kuras rodas, iegādājoties cukuru, bišu barību, mākslīgās šūnas, medikamentus saimju ārstēšanai un profilaksei. Saimniecībās, kurās tiek audzēti arī nektāraugi, pie mainīgajām izmaksām jāpieskaita arī sēklas iegāde, minerālmēslu, zemes apstrādes izmaksas.

Pie fiksētām izmaksām biškopībā pieskaita ražošanas un dzīvojamo māju amortizāciju, transporta un iekārtu remonta izmaksas, algas pastāvīgajiem darbiniekiem.

2.3.1. tabula

Latvijā iegūtais medus kg no 2006. – 2009. gadam [48]

Produkts / laika posms	2006	2007	2008	2009
Iegūtais medus, kg	1 383 311	900 558	688 103	631 000



2.3.1. att. Latvijā iegūtais medus daudzums tonnās no 2006. – 2009. gadam [5]

Katru gadu samazinās ievāktais medus daudzums. 2009. gadā iegūtā medus daudzums

sastādīja 631 000 kg, kas ir par 57 103 kg jeb – 8,3 % mazāk, salīdzinot ar 2008. gadu. Vidēji no vienas bišu saimes 2009. gadā tika ievākti 18 – 25 kg medus. Autors uzskata, ka tas ir izskaidrojams ar laika pstākļiem, bišu saimju samazinājumu un ekonomisko stāvokli, daudzi pievēršas nozarēm, kas ienes lielāku peļņu.

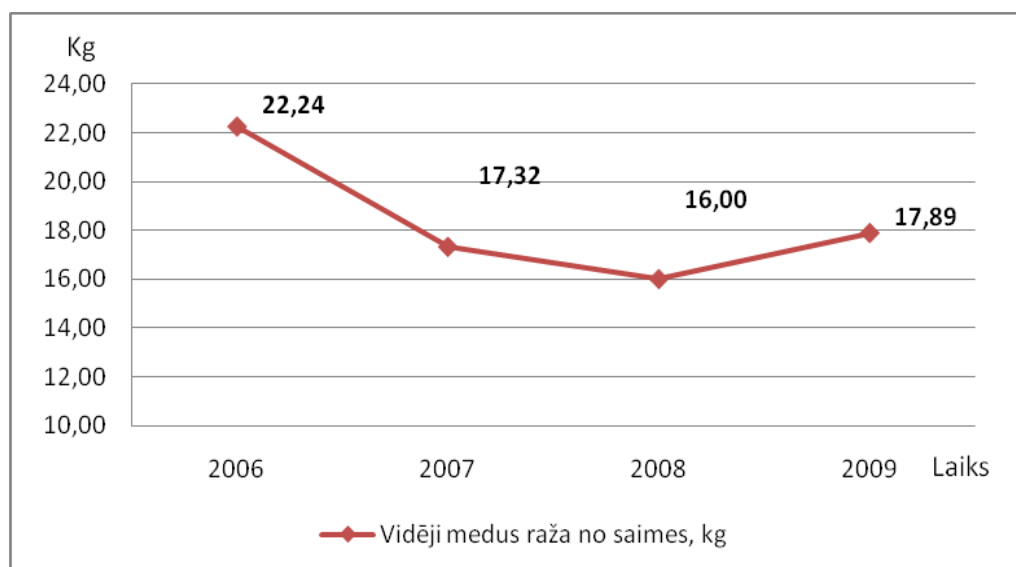
2.3.2. tabula

Vidējā medus raža Latvijā no 2006. – 2009. gadam kg

[sastādījis autors, izmantojot ZM datus 48]

Rādītājs / laika posms	2006	2007	2008	2009
Vidēji medus raža no saimes, kg	22,24	17,32	16,00	17,89

Medus ražu 2009.gadā ir ietekmējuši tādi faktori kā sausais pavasaris, lietainais un vēsais laiks pļavu ziedēšanas laikā, bišu spietošanas intensitāte un varrozes izplatība.



2.3.2. att. Vidējā medus raža Latvijā Ls/kg no 2006. – 2009. gadam [48]

2.3.3. tabula

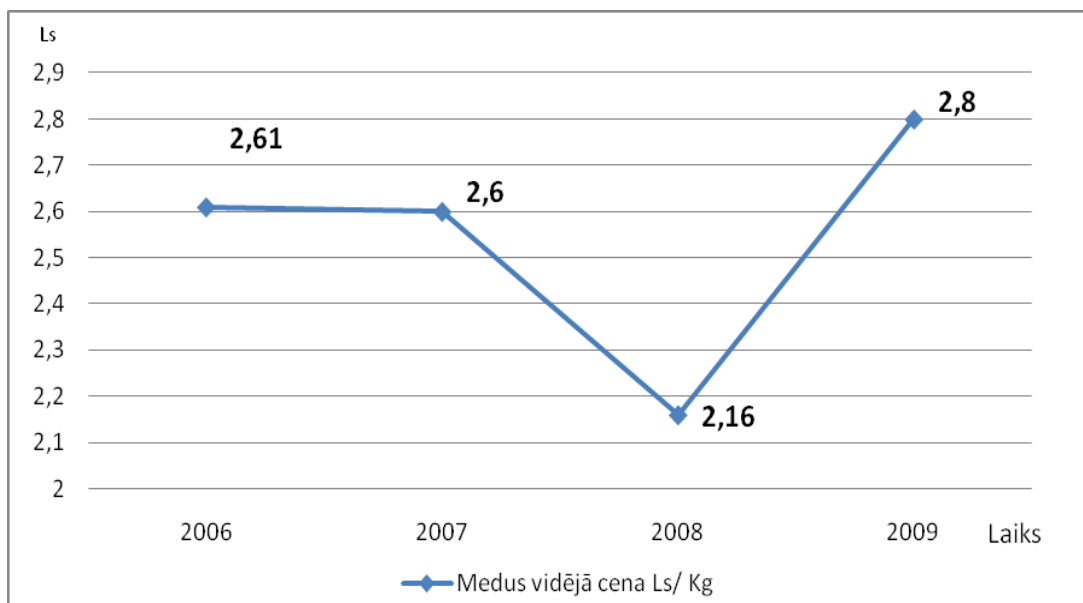
Vidējā medus cena Latvijā Ls/kg no 2006. - 2009. gadam

[sastādījis autors, izmantojot ZM datus 48]

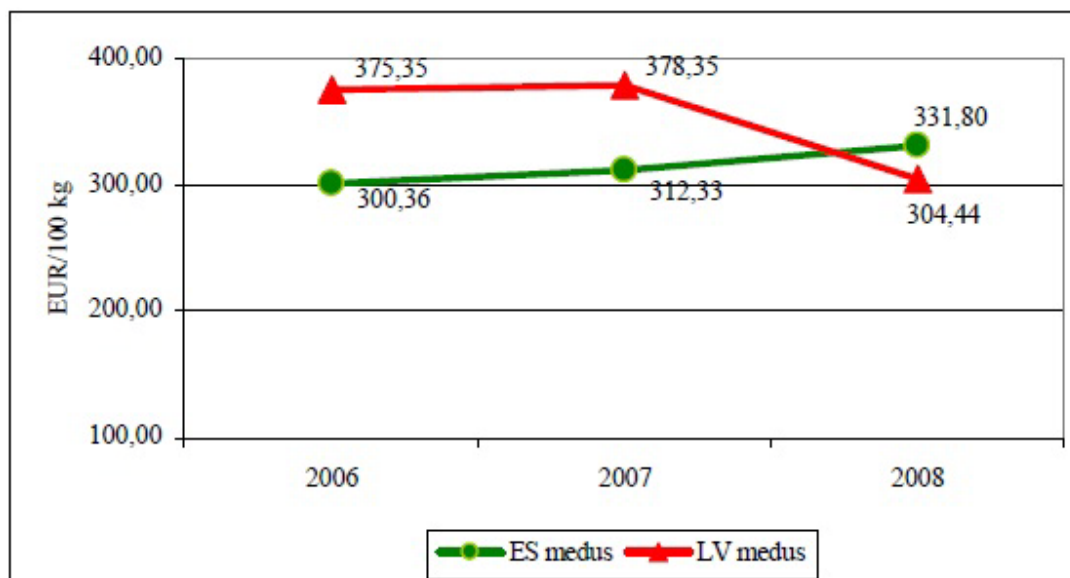
Rādītājs / laika posms	2006	2007	2008	2009
Medus vidējā cena Ls/ Kg	2,61	2,6	2,16	2,8

Vidējā medus cena Latvijā 2009. gadā bija robežās no 2.80 – 5.00 Ls/kg jeb par 29,6 % augstāka nekā 2008.gadā. Medus cenas sadārdzinājumu 2009. gadā izraisīja medus

ievākuma kritums un bišu saimju skaita samazināšanās. 2008. gadā uz 31. decembri bija 43 000 tūkstoši saimju, bet jau 2009. gadā 35 273 tūkstoši, samazinājums ir 7727 saimes jeb 17,96 %.



2.3.3. att. Vidējā medus cena Latvijā Ls/kg no 2006. – 2009. gadam [5]



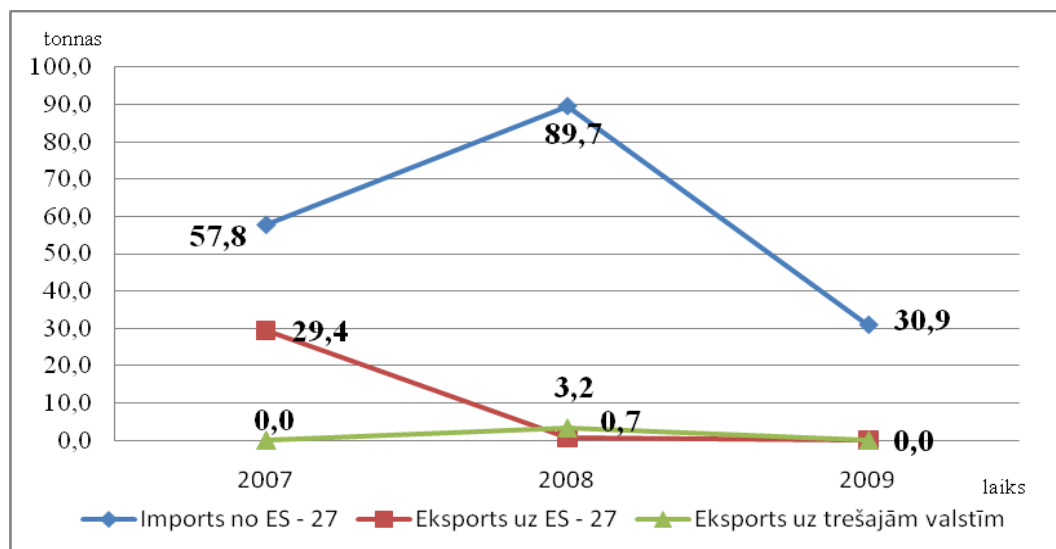
2.3.4. att. Medus cenas ES un Latvijā 2006. – 2008. gadā [48]

Latvijā 2008. gadā medus pārdošanas cena bija par 8 % zemāka nekā ES medus vidējā cena. ES valstīs vidēji medus pārdošanas cena 2008.gadā ir pieaugusi par 6%, salīdzinot ar 2007.gadu.

Latvijas medus eksports un imports no 2007. – 2009. gadam tonnās

[sastādījis autors, pamatojoties uz ZM datiem 48]

Rādītājs / laika posms	2007	2008	2009
Imports no ES - 27	57,8	89,7	30,9
Eksports uz ES - 27	29,4	0,7	0,0
Eksports uz trešajām valstīm	0,0	3,2	0,0

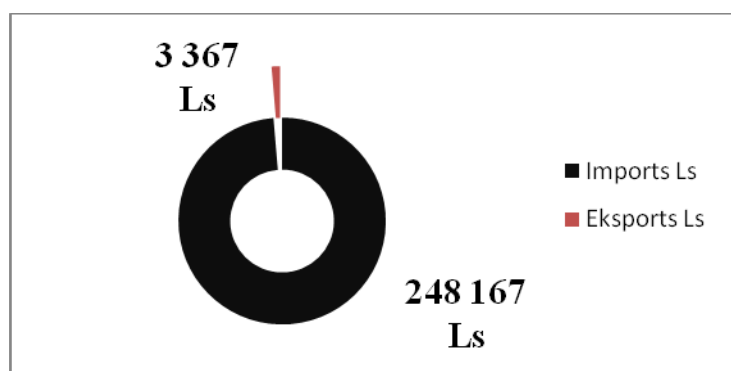


2.3.5. att. Latvijas medus eksports un imports no 2007. – 2009. gadam [48]

Medus tirdzniecības balance Latvijā ir negatīva. Medus eksporta apjomi ir nenozīmīgi, 2008.gadā tas pārsniedza nedaudz vairāk par 3,00 tonnām, lielākie apjomi tika eksportēti uz Igauniju, Vāciju, Lietuvu, savukārt 2009. gadā eksports samazinājies līdz 0 tonnām. 2009. gadā no ES dalībvalstīm tika ievestas 30,09 tonnas medus. Imports no trešajām pasaules valstīm 2009. gadā sasniedza 182,7 t medus.

Latvijas eksports un imports 2009. gadā Ls [5]

Eksports un imports (latos, CN 4 zīmēs)		
Dabiskais medus	Imports	Eksports
		248 167
Medus tirdzniecības balance:	-244 800	



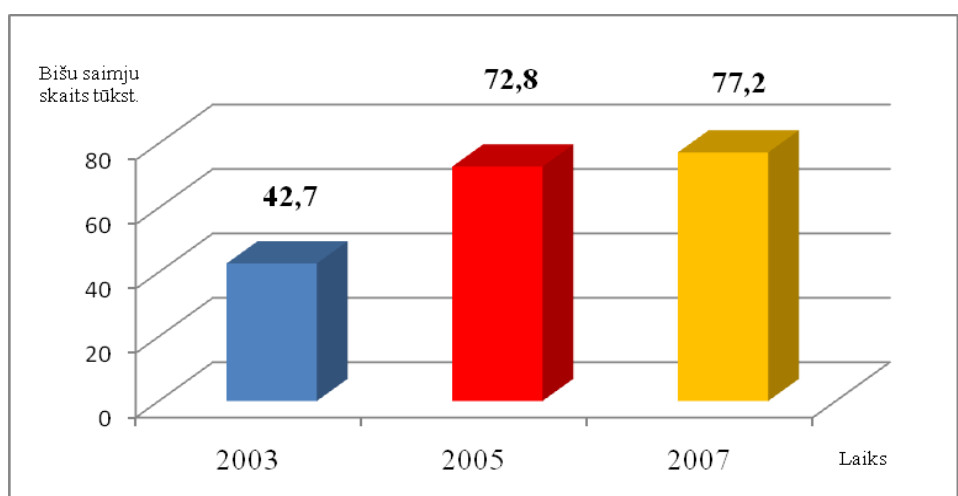
2.3.6. att. Latvijas medus eksports un imports 2009. gadā Ls [48]

Autors uzskata, ka Latvijas republikai jāliek šķēršļi medus importam no citām valstīm, kā piemēram, Ķīnas, jo nav zināma medus izcelsmeme un kvalitāte. Stingrāk jāvērtē un jāpārbauda medus kvalitāte un to saturošie ķīmiskie elementi, kas ir kaitīgi cilvēkam. Jāstimulē vietējo biškopju darbība importa ierobežošanai, tas veidos jaunas darbavietas, attīstīs nozari un cels valsts labklājības līmeni.

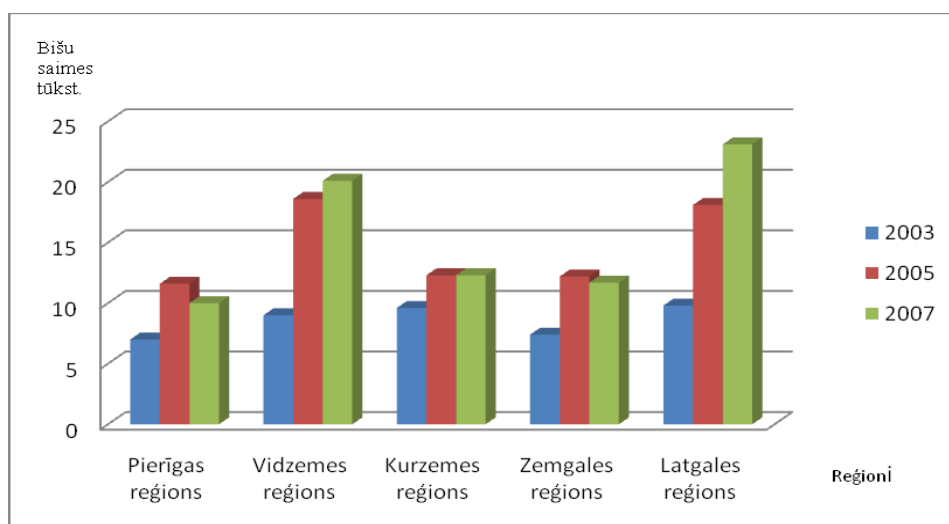
2.3.6.tabula

Bišu saimju skaits Latvijas reģionos no 2003. – 2007. gadam tūkstošos, (atskaites periods ir 1. jūnijs, apsekojums tiek veikts reizi 2 gados), [5]

Bišu saimes skaits Latvijas reģionos tūkstošos			
Reģions/ laika posms	2003	2005	2007
Latvija	42,7	72,8	77,2
Pierīgas reģions	7	11,6	10
Vidzemes reģions	9	18,6	20,1
Kurzemes reģions	9,6	12,3	12,3
Zemgales reģions	7,4	12,2	11,7
Latgales reģions	9,8	18,1	23,1



2.3.7. att. Bišu saimju skaits Latvijā no 2003. – 2007. gadam [5]

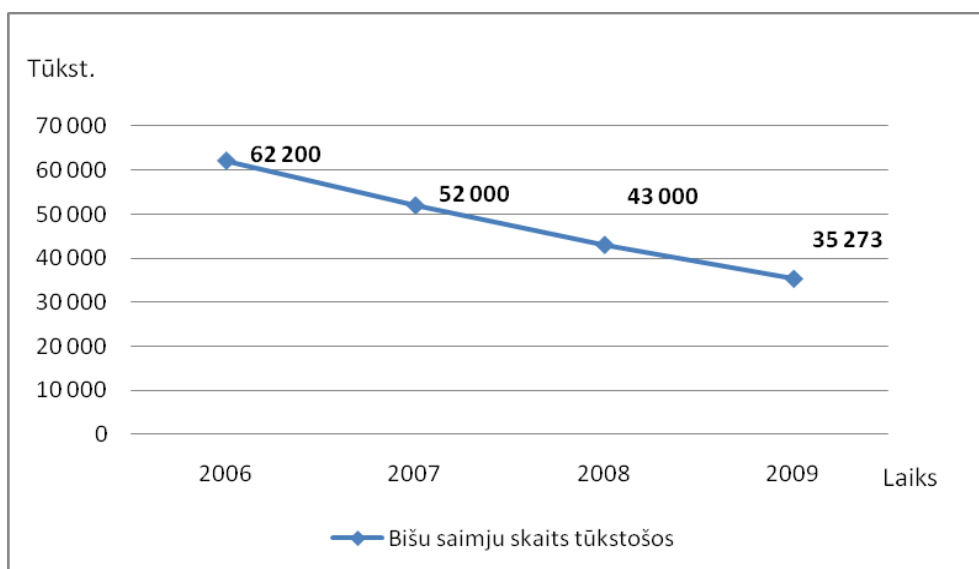


2.3.8. att. Bišu saimju skaits Latvijas reģionos uz 1. jūniju no 2003. - 2007. gadam tūkst. [5]

2.3.7.tabula

Bišu saimju skaits Latvijā gada beigās no 2006. - 2009. gadam tūkstošos
(atskaites periods 31.decembris), [5]

Rādītājs / laika posms	2006	2007	2008	2009
Bišu saimju skaits	62200	52000	43000	35273



2.3.9. att. Bišu saimju skaits gada beigās Latvijā no 2006. - 2009. gadam tūkstošos [5]

Kā paskaidroja Anita Raubena, Lauksaimniecības un vides statistikas departamenta direktora vietniece, abi statistikas dati par bišu saimju skaitu ir pareizi, tikai atšķiras atskaites periods. Dati valsts līmenī iegūti gada beigās (31.dec.), bet informācijai no reģioniem avots ir

Lauku saimniecību struktūras apsekojums, kas tiek veikts reizi 2 gados. Šim apsekojumam atskaites periods ir 1. jūnijs. Dzīvnieku skaits (ieskaitot bišu saimes) vienmēr ir uz konkrētu fiksētu datumu. Kā ir redzams no datiem, vasarā bišu saimju skaits ir lielāks nekā gada beigās, un tas ir loģiski, jo vasarā bišu saimes tiek dalītas, veidojas jauni spieti, bet rudenī pirms ziemošanas tās tiek apvienotas.

2.3.8.tabula

Ieņēmumi Latvijā no 2006. – 2008. gadam, pārdotais medus Ls

[sastādījis autors, izmantojot ZM datus 48]

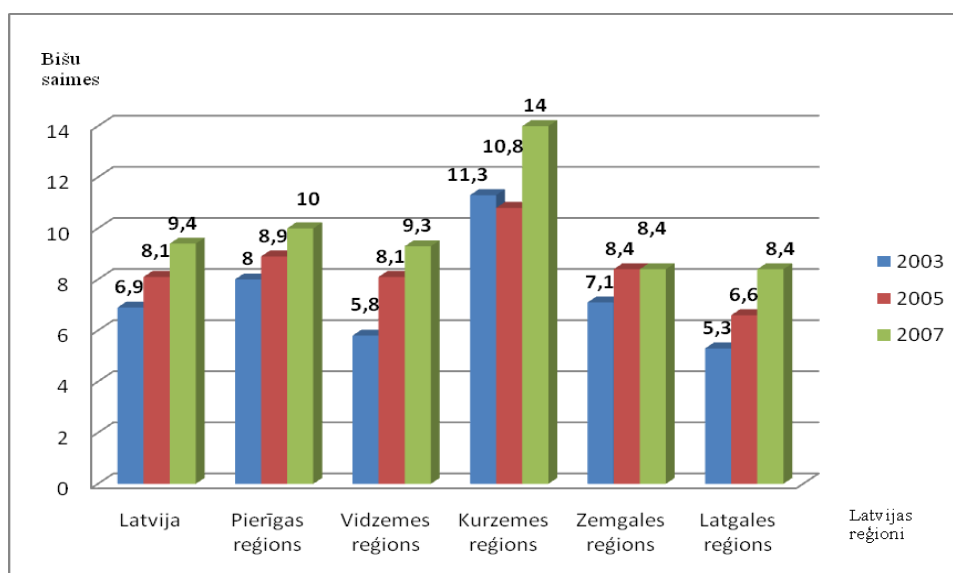
2006	2007	2008
1 711 470	1 318 510	1 063 021

2.3.9.tabula

Latvijā bišu saimju skaits vienā dzīvnieku saimniecībā

no 2003. – 2007. gadam [5]

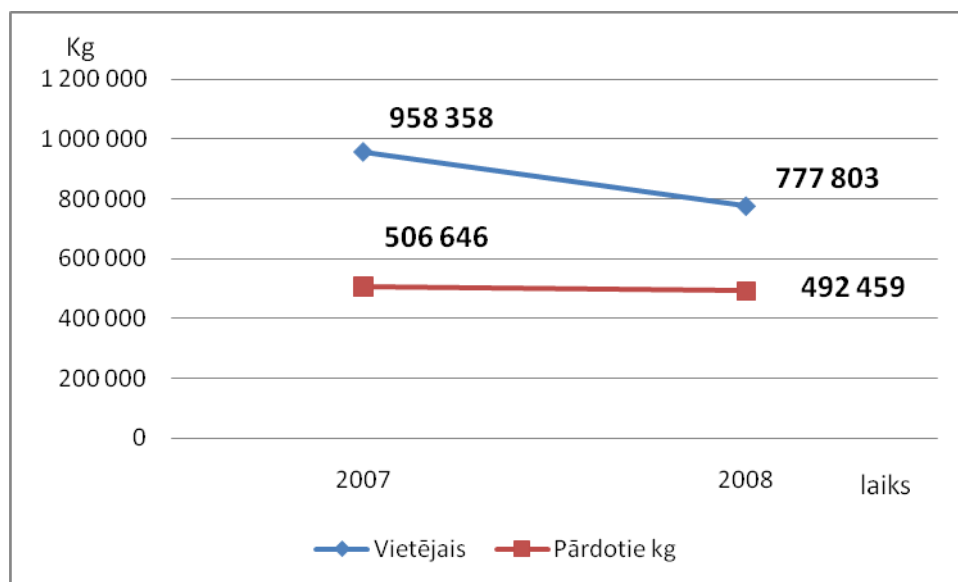
Reģions / laikposms	2003	2005	2007
Latvija	6,9	8,1	9,4
Pierīgas reģions	8	8,9	10
Vidzemes reģions	5,8	8,1	9,3
Kurzemes reģions	11,3	10,8	14
Zemgales reģions	7,1	8,4	8,4
Latgales reģions	5,3	6,6	8,4



2.3.10. att. Bišu saimju skaits Latvijas reģionos vidēji vienā dzīvnieku saimniecībā no 2005. - 2007. gadam tūkstošos [5]

Latvijā iegūtais un pārdotais medus daudzums kg
no 2007. - 2008. gadam [48]

	2007	2008
Iegūts Latvijā, kg	900 558	688 103
Pārdots, kg	506 646	492 459



2.3.11. att. Iegūtais un pārdotais medus kg no 2007. – 2008. gadam [48]

Attēlā var redzēt, ka vietējais medus ieguvums un pārdotais medus daudzums Ls samazinās. Autors uzskata, ka biškopji savām vajadzībām nepatērē tik daudz medu, daļa tiek realizēta ēnu ekonomikā. 2008. gadā nepārdotais medus daudzums sasniedza 195 644 kg.

2.4. SUBSĪDIJU UN FINANSĒJUMA NOVĒRTĒJUMS BIŠKOPIBAS TIRGŪ

Subsīdijas ir valsts piešķirtas dotācijas kādas nozares atbalstam un attīstībai.

Biškopji var iesaistīties arī tādos projektos kā - lauku tūrisma izveidē vai bioloģiskā lauksaimniecībā.

Viens no reālākajiem projektiem ir labas prakses saimniecības izveidošana. Lai iegūtu subsīdiju, ir izvirzīti kritēriji: dravai ir jābūt tādai, lai citiem būtu ko redzēt un pamācīties, savukārt dravniekam tādām, kurš spēj gan teorētiski pamatot, gan praktiski demonstrēt labu saimniekošanas prasmi. Turklāt viņam jāprot sniegt informāciju un konsultācijas, uzņemt ekskursantus un citus interesentus savā dravā, organizēt seminārus un tamlīdzīgus izglītošanas pasākumus.

Pēc Latvijas iestāšanās ES cukura cenu kompensācijas biškopjiem vairs nesauņem, kā arī tika aizslēgtas cukurfabrikas, kas ražoja bitēm derīgu un kvalitatīvu cukuru. Tagad ir jāpārskatīja speciāla barība, jo ārzemju cukurs bitēm pasliktina kuņģa darbību un tās nobeidzās.

ZM izstrādāja Latvijas biškopības nozares attīstības nacionālo programmu 2005.–2007. gadam. Tajā noteica biškopības nozares attīstības pasākumus un to finansējumu 2005. - 2007. gadam. Atbalsts, ko saņēma biškopju biedrības, sevī ietver informācijas izplatīšanu, tehnisko palīdzību, variozes kontroli un medus analīzes [18]. Paredzētais naudas daudzums bija 125050 Ls, no kura pusi sedza Latvija, bet pusi ES līdzfinansējums [22].

Biteniekiem pagaidām nav iespējams saņemt valsts subsīdijas, kā tas, piemēram, ir Somijā, Lietuvā. Šādu subsīdiju izstrādāšana ir laikietilpīgs process, jo valsts bez ES ziņas nemaz nedrīkst pieņemt šādu lēmumu. Somijas dravniekiem ceļš līdz subsīdiju saņemšanai prasījis trīs gadus. Ir jābūt politiskam lēmumam, jo nemaz nav tik daudz valstu, kurās biškopji saņemtu valsts subsīdijas. Turklāt ir arī dažādi citi ceļi, kā iegūt papildu finansējumu biškopības attīstībai — dažādas programmas un projekti. Un tas ir arī viens no LBB uzdevumiem — meklēt un atrast iespējas saviem biedriem iegūt dažādus finansējuma avotus dravniecības attīstībai.

Kā viens no finansējuma avotiem ir mazāk labvēlīgo apvidus maksājumu saņemšana biškopjiem. Ja biškopis ir lauksaimniecības zemes apsaimniekotājs un pļavas izmanto bišu ganībām, lai ievāktu nektāru, tad var saņemt apvidus maksājumu ar noteikumu, ka bišu saimēm jābūt reģistrētām ganāmpulku reģistrā.

LBB izstrādāja medus un citu biškopības produktu popularizēšanas projektu, kas ar ES līdzfinansējumu darbojās no 2006. gada. Projekta mērķis ir popularizēt medus un citus biškopības produktus, lai veicinātu lielāku produkcijas noietu Latvijā [12].

2007. gada septembrī valdība akceptēja ZM izstrādātos MK noteikumus “Valsts un ES atbalsta biškopībai piešķiršanas, administrēšanas un uzraudzības kārtība”, kas nodrošināja atbalstu biškopības produktu ražošanas un tirdzniecības veicināšanai. Tiek nodrošināta ES finansējuma piesaiste biškopības nozares kritisko jautājumu risināšanā. Tas savukārt rada iespēju biškopjiem paaugstināt savu profesionālo līmeni, ieviest efektīvus pasākumus varrozes un ar to saistīto citu slimību apkarošanai, biškopības produkcijas kvalitātes uzlabošanai. Līdz ar to paaugstinās Latvijas biškopju produkcijas konkurētspēja, kā arī biškopības nozare attīstās strukturēti.

Paredzēts, ka galvenās darbības jomas, kuras saņem finansiālu atbalstu, ir bišu saimju īpašnieku praktiska apmācība saimes klīniskai apskatei, iespējamo bišu slimību konstatēšana un

to ārstēšana, bišu barības bāzes pilnveidošana, ekonomiskā analīze un aprēķini rentablas biškopības izveidošanai.

Atbalsta piešķiršanu biškopjiem, kā arī tā administrēšanu un uzraudzību veic Lauku atbalsta dienests. Atbalstu piešķir katru gadu, un uz atbalstu var pretendēt biškopju organizācijas, kas reģistrētas biedrību un nodibinājumu reģistrā [30].

Noslēdzot nodaļu, var secināt, ka Latvijas biškopības produkcijas ražošanā, pārstrādē un realizēšanā jāiesaistās valsts instancēm, kas vairāk sekotu importētajam medum un kontrolētu tā ieplūšanu Latvijā, kā arī pārbaudītu tirgošanas vietas, medus izcelsmi un kvalitāti.

Pēc autora domām, ļoti maza vērtība tiek pievērsta biškopības nozarei, atbalsta nav praktiski nekāda, bet šī aizmirstā nozare no ekonomiskā viedokļa var sniegt jaunas darbavietas, attīstīt farmatoloģiju, veikt jaunus atklājumus skaistumkopšanā, medicīnā, bišu selekcionēšanā un citās blakus nozarēs, kas palīdzētu celt valsts labklājības līmeni.

Nodaļā tika apskatīta biškopības produkcijas sortiments, bišu saimes, tirgus, pārstrāde un atbalsts, kas dod priekšstatu par bišu produktu realizēšanu un attīstību Latvijā.

Turpmāk darbā tiks analizēts lielākais medus pārstrādes uzņēmums Latvijā SIA „Vinnis”.

3. SIA “VINNIS” VIDES ANALĪZE UN ATTĪSTĪBAS STRATĒGIJA

Mārketinga vide dalās iekšējos un ārējos faktoros, kas mazāk vai vairāk skar uzņēmuma darbību.

Ietekmējošie iekšējie faktori: instituciālais menedžments, finanses, zinātne un pētniecība, piegāde, ražošana un grāmatvedība.

Ietekmējošie ārējie faktori: piegādātāji, starpnieki, pircēji, konkurenti, sabiedriskās organizācijas, prese, likumdošana.

Pēc autora domām, gan iekšējie, gan ārējie faktori uzņēmuma pilnīgai darbībai ir nepieciešami un svarīgi.

3. 1. UZŅĒMUMA DARBĪBAS IEKŠĒJĀS VIDES RAKSTUROJUMS

SIA “Vinnis” darbība ir atkarīga no uzņēmuma iekšējās vides. Iekšējā vide ir galvenie organizācijas darbības nosacījumi un faktori, kas izveidojas tās menedžmenta darbības gala iznākumā [35,82]. Uzņēmuma iekšējās vides faktori – mērķi, darbinieki, struktūra, personāls, tehnoloģija.

Autors tālāk apskata uzņēmumu SIA „Vinnis”.

SIA „Vinnis” ir reģistrēts 1997. gadā kā sabiedrība ar ierobežotu atbildību. Uzņēmums nodarbojas ar dabīgā medus, medus delikatešu, medus piedevu un pirts medus ražošanu un izejvielu iepirkšanu. Uzņēmums sastāv no septiņu draudzīgu, atsaucīgu cilvēku komandas un tas pieder 2 fiziskām personām. Katram no īpašniekiem pieder 50 % no uzņēmuma. Šobrīd uzņēmums sastāv no 210 daļām ar nominālvērtību 200 Ls. "Lursoft" dati liecina, ka uzņēmuma pamatkapitāls uz 2009. gadu ir 42 tūkstoši latu [15].

Uzņēmums atrodas Cēsīs - vienā no skaistākajām un vecākajām Latvijas pilsētām. Cēsīs atrodas Vidzemes augstienes ziemeļu daļā, Gaujas krastos. „Vinnis” ir viens no retajiem rūpniecības uzņēmumiem Cēsīs. Uzņēmuma atrodas netālu no pilsētas centra, Lāču ielā 10. Uzņēmumam ir viegli piekļūt, jo pie tā ir autostāvvietā. Uzņēmums atrodas sociāli ekonomiski izdevīgā vietā, aptuveni 95 km no galvaspilsētas.

Uzņēmums iepērk medu lielā daudzumā no Ungārijas, Ukrainas, Argentīnas un Latvijas vietējiem biškopjiem, fasē un ražo medus delikateses dažāda lieluma iepakojumos, stikla burciņās, sākot no 0,2 – 4,5 kg, un poliestera plastmasas glāzītēs kā piedevu kafijai - 0,02 kg. Visi produkti ir ražoti, izmantojot oriģinālo izstrādāto receptu moto „Gardums jūsu veselībai”.

Uzņēmuma sortiments ir visai plašs, pašreiz tas ražo 27 produkcijas veidus. „Vinnis” pastāvīgi attīsta ražošanas procesus, rada jaunus un kvalitatīvus produktus [51].

Uzņēmums saražoto produkciju realizē vietējā tirgū un nelielā apjomā eksportē. 2006. gadā uzņēmums eksportēja aptuveni 12 tonnas Latvijas medus, bet darījums neguva cerēto peļņu, un tas arī pēdējos gados bija vienīgais lielākais mēģinājums nodarboties ar mūsu medus eksportu. Pie kopējiem ražošanas apjomiem tas bija samērā niecīgs darījums [40].

Autors uzskata, ka, sākoties ekonomiskai krīzei pasaulē un Latvijā, uzņēmumam jācenšas pēc iespējas vairāk iekarot ES un NVS tirgus. Pirktspēja 2010. gadā Latvijā ir krasi samazinājusies, medus nav pirmās nepieciešamības prece, tāpēc cilvēki no tā atsakās, jo naudas līdzekļi ir ierobežoti.

Pēc pētījumu firmas "MKC" tirgus pētījuma datiem "Vinnis" realizētā medus īpatsvars no kopējā medus realizācijas Latvijā, kurā ietilpst Latvijas biškopju ievāktais un importētais medus kopā, 2008. gadā bija 21%. Savukārt "Vinnis" medus realizācijā mazumtirdzniecības tīklos un sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumos aizņema 63%.

Preces attīstības procesā ražotājs tai izvēlas kvalitātes līmeni, kas varētu nostiprināt pozīcijas mērktirgū. Tāpēc kvalitāte ir viens no līdzekļiem cīņā par pircēju. Kvalitatīvam produktam jāatbilst ražotāja noteiktiem parametriem un klienta vajadzībām. Tas attiecas gan uz produkta funkcionālajām īpašībām, gan arī ārējo izskatu, dizainu, ekspluatācijas ērtumu, lietošanas iespējām un citiem aspektiem [38,126].

SIA "Vinnis" piedāvā kvalitatīvu produkciju, uzņēmumā strādā kvalificēti, pieredzējuši darbinieki, kas regulāri papildina savas zināšanas, apmeklējot kursus un seminārus.

Ražošanas telpa ir aprīkota ar labu ventilāciju un modernām, kvalitatīvām ražošanas iekārtām un līnijām. Uzņēmums cenšas izmantot jaunākos tehnoloģijas sasniegumus, tie palīdz veikt darbu ātri un kvalitatīvi. Ar savu augsto kvalitāti un plašo sortimentu uzņēmums patērētāju vidū ir iekarojis labu reputāciju [29].

Uzņēmums garantē tādu produktu ražošanu, kuri atbilst Latvijas un Eiropas standartiem un normatīvajiem aktiem. Ražošanas līnija un visa produkcija ir sertificēta Valsts Veterinārajā dienestā un LATSERT. Uzņēmumā ir ieviesta HACCP sistēma. Tas garantē, ka tikai augstākās kvalitātes produkti nonāk pie patērētāja. Uzņēmums ir ieguvis arī ISO sertifikātu. SIA "Vinnis" ražoto medu var atpazīt pēc kvalitatīvā noformējuma un uzņēmuma logo, un to var atrast ikvienā Latvijas veikalā un vairumtirdzniecības bāzē [28].

Uzņēmumam ir cieša sadarbība ar SIA „Ega”, kura nodarbojas ar SIA „Vinnis” produkcijas reklamēšanu, izplatīšanu un piegādi visā Latvijas teritorijā, kā arī sniedz loģistikas pakalpojumus. Uzņēmuma vadītājs cenšas piesaistīt jaunus partnerus ārvalstīs, kas piedāvātu lētākus ražošanas līdzekļus vai izplatītu SIA "Vinnis" produkciju.

Uzņēmums noliktavā uzglabā saražoto produkciju, izejvielas pietiekamā daudzumā, lai pieprasījuma brīdī varētu nodrošināt nepieciešamo daudzumu. Medu uzglabā lielās cisternās pie noteiktas uzglabāšanas temperatūras, tā ir 40⁰C.

Autors uzskata, ka uzņēmums ļoti maz līdzekļu iegulda reklāmā. Tam nepieciešams domāt par turpmāko reklāmas attīstību, izveidojot reklāmas kampaņu, kas palīdzētu popularizēt uzņēmuma nosaukumu un tā produkciju gan vietējā tirgū, gan ārzemēs.

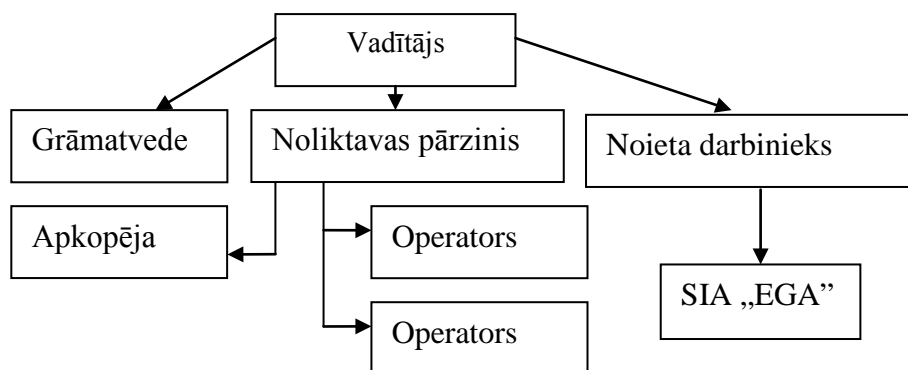
Uzņēmums varētu ielikt informāciju interneta portālā www.diena.lv, 120 x 600mm, kur ekspozīciju skaits darbdiēnā ir 38 000, brīvdienās - 22 000 skatījumu. Cenas par darbadienu – 60 Ls, brīvdienās – 30 Ls. Uzņēmuma izmaksas mēnesim sasniegtu ap 360 Ls, publicējot reklāmu nedēļā divas reizes, vienu darbadiēnā un otru brīvdienā [36].

Sakarā ar telpu trūkumu 2007. gada beigās uzņēmums pārgāja uz ražošanu jaunās telpās. Ir noslēgts nomas līgums ar pilsētas domi par telpu iznomāšanu un veikti rekonstrukcijas darbi. Finanšu līdzekļi iegūti, ņemot bankā ilgtermiņa kredītu [28].

Tālāk autors apskata uzņēmuma struktūrvienību.

Uzņēmuma struktūra ir organizācijas sadalīšana noteiktās nodaļās atbilstoši uzņēmuma mērķiem.

Uzņēmuma vadība pielieto lineārās vadīšanas struktūru. Lineārā saite starp vadītāju un padoto nozīmē, ka pilnvaras tiek tieši nodotas no vadītāja padotajam. Lineārajā vadīšanas struktūrā ir tikai lineārās saites [38,183].



3.1.1.att. SIA „Vinnis” vadības struktūra [51]

Lineārās vadīšanas priekšrocības ir pārskatāma uzņēmuma darbība, stingras kontroles iespējas, izslēgtas pretrunīgu lēmumu iespējas [38,184].

Autors uzskata, ka galvenā problēma vadības struktūrā ir noliktavas pārziņa lielā noslogotība, tas atbild par noliktavu, sagādi un papildus regulē zemākstāvošos darbiniekus. Risinājums būtu tāds, ka vadītājam vajadzētu iecelt vienu no operatoriem par ražošanas daļas vadītāju, kas regulētu ražošanas procesu, tādējādi tiktu mazāk noslogots noliktavas pārzinis. Tā

būtu papildus motivācija. Noliktavas vadītājs nebūtu tik noslogots un noguris, ievērojami uzlabotos tā darba efektivitāte. Vai arī izveidot jaunu amatu - ražošanas daļas vadītājs, kas regulētu ražošanas procesu, sagādi, tādējādi uzlabotos uzņēmuma darbība. Bet jāņem vērā, ka tiktu palielinātas pastāvīgās izmaksas, šobrīd mūsdienu ekonomiskajos apstākļos, tas būtu nerentabli.

Pozitīvi vērtējams tas, ka noieta darbinieks tiek mazāk noslogots, jo uzņēmums izmanto SIA „Ega” pakalpojumus, kas piegādā gatavas un izstrādātas tirgus izpētes analīzes par konkurentiem un klientiem.

Uzņēmumā strādā pieredzējuši un zinoši darbinieki, jo tie tiek sūtīti dažādosursos un semināros. Darbinieku izglītību skatīt 3.1.1. tabulā.

3.1.1.tabula

SIA „Vinnis” darbinieku izglītības līmenis 2009. gadā.

[sastādījis autors, izmantojot uzņēmuma nepublicētos materiālus 51]

Darbinieki	Izglītība
Vadītājs	augstākā
Grāmatvede	augstākā
Noieta darbinieks	augstākā
Noliktavas pārzinis	vidējā speciālā
Operātors	vidējā speciālā
Operātors	vidusskola
Apkopēja	vidējā speciālā

Uzņēmumā SIA „Vinnis” valda demokrātiskais vadības stils. Vadīšanas stils ir tipisku un samērā stabilu paņēmieni kopums, ar kuriem vadītājs iedarbojas uz padotajiem, lai īstenotu organizācijas mērķus. [35,425] Par to liecina labs psiholoģiskais klimats, augsta produkta kvalitāte, kā arī tas, ka lēmuma pieņemšanā tiek iesaistīti citi darbinieki. Vadītājs rīko sapulces, lai apspriestu dažādus jautājumus, kas skar uzņēmumu, un tajā ir labas attiecības starp kolēģiem.

Uzņēmumā valda izpildes kultūra, galvenais akcents tiek likts uz darba izpildes kvalitāti, tad eksperta viedoklim ir lielāks spēks nekā ieņemajamam amatam. [51]

Uzņēmumā valda atvērtās organizācijas tips skatīt 3.1.2. tabulā.

3.1.2.tabula

Uzņēmuma SIA “Vinnis” organizācijas tips 2009. gadā [51]

Atvērtā organizācija	
Vadītājs	Darbinieks
Spēja sadarboties un vēlme to darīt, ekstraverta tipa uzvedība, vairāk kolēģis nekā varas pārstāvis.	Komunikabls, profesionāls un elastīgs.

Tālāk autors apskata motivāciju uzņēmumā.

Motivēšana ir darbinieku stimulēšana, izvēloties kādu no rīcības alternatīvām, lai sasniegtu organizācijas un personīgos mērķus.

Uzņēmums ir izvēlējis taisnīguma motivēšanas teoriju, ko izstrādājis Džons Steisijs Adamss. Tā parāda, cik svarīgi ir ņemt vērā indivīda subjektīvo vērtējumu un ka vadītājiem ir jāprot atrast veidus, kā ietekmēt šo vērtējumu. Tātad teorijā rakstīts, ka saskaņā ar taisnīguma teoriju, no vienas puses darba rezultāti var būt gan materializēti (darba alga, prēmijas), gan arī abstrakti (sociālās attiecības, pašpārliecināšanās, karjeras perspektīvas utt.). Šīs visas uzskaitītās vajadzības un vēlmes tiek pielietotas uzņēmumā. No otras puses, lai sasniegtu šo rezultātu, jāpatērē laiks, jālieto prasmes, jāizmanto zināšanas izglītošanai.

Ar laiku vajadzības mainās, un līdz ar to nav pareizi domāt par noteiktu motivēšanas principu – mūžīgo ietekmi. Viss ir jāmaina, ņemot vērā cilvēku vajadzību un vēlmju izmaiņas [37,39].

SIA „Vinnis” stimulē savus darbiniekus ar algas piemaksām, kas savukārt motivē censties ražot kvalitatīvus produktus, lai palielinātos produkcijas pieprasījums tirgū. Uzņēmums algu maksā pēc nostrādātā laika, bet piemaksas no realizētā produkcijas daudzuma tirgū, atvieglo darba apstākļus, iegādājoties jaunas un kvalitatīvas ražošanas iekārtas, kas savukārt palielina darba drošību un ražīgumu, papildus izglīto savus darbiniekus par uzņēmuma līdzekļiem, tādējādi ceļ to kvalifikāciju.

Uzņēmuma vadītājs sapulces laikā informē darbiniekus par uzņēmuma darbības rezultātiem, mērķiem, plāniem un uzklausa strādnieku priekšlikumus. Uzņēmumā valda laba sociālā vide, vadītājs spēj labi sadarboties ar darbiniekiem un ir vairāk kolēģis nekā varas pārstāvis, visus darbiniekus uzskata vienlīdzīgus.

Laikam ejot, vajadzības mainās, tāpēc uzņēmuma vadītājs seko darbinieku vēlmēm, aptaujājot tos, analizē aptaujas rezultātus un realizē daļu darbinieku ieteikumus, stimulējot darbiniekus ar algu, piemaksām un citām vajadzībām [51]. Uzņēmums iegādājas jaunas iekārtas, kas atvieglo darba slodzi, apstrādā, fasē produkciju daudz ražīgāk un kvalitatīvāk kā morāli novecojusi tehnika.

Tālāk autors apskata uzņēmuma SIA “Vinnis” izmaksas. Izmaksas ir izdevumi par resursiem, kuri rodas, uzņēmumam ražojot un pārdodot tā produkciju [38,29].

SIA "Vinnis" izmaksu salīdzinājums no

2004. – 2008. gada beigām Ls, % [42]

Nosaukums	Izmaksas pa gadiem					Novirze % pret iepriekšējo gadu			
	2004	2005	2006	2007	2008	2005/2004	2006/2005	2007/2006	2008/2007
Pārdotās produkcijas ražošanas izm.	481180	590324	620113	692126	795350	22,68	5,05	11,61	14,91
Pārdošanas izm.	85125	89797	134611	125965	133570	5,49	49,91	-6,42	6,04
Administrācijas izm.	44680	49245	55817	57413	65956	10,22	13,35	2,86	14,88
Pārējās uzņēmuma saimnieciskās darbības izm.	5513	8391	7242	22182	22305	52,2	-13,69	206,3	0,55
% maksājumi un tamlīdzīgas izm.	10048	8262	8775	41461	54532	-17,77	6,21	372,49	31,53
Kopējās izmaksas:	626546	746019	826558	939147	1071713	19,07	10,8	13,62	14,12

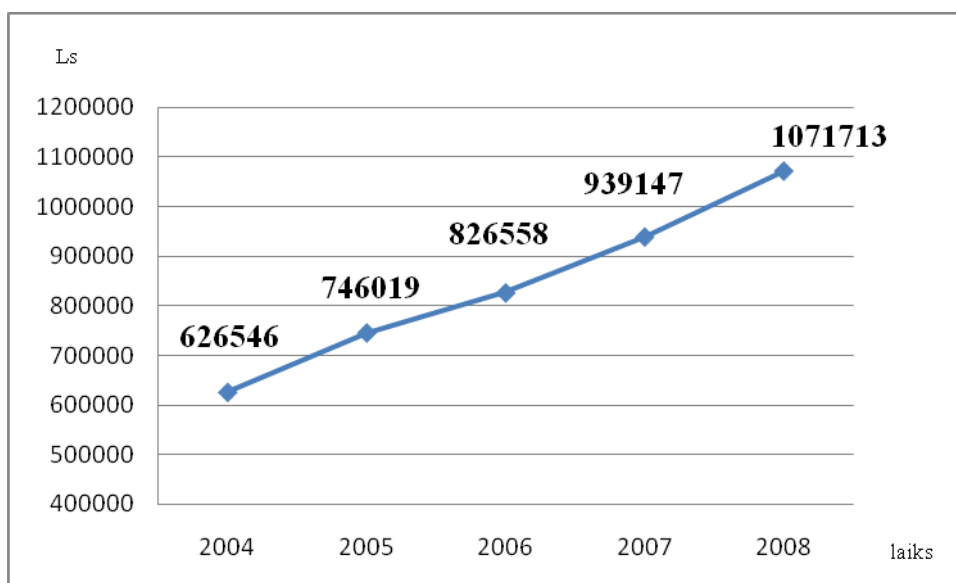
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas katru gadu uzņēmumā pieaug, visniecīgākais kāpums ir novērojams 2006. pret 2005. gadu %. 2008. gadā pret iepriekšējo gadu pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas palielinās par 14,91%. Izmaksas palielinājās sakarā ar lielāku produkcijas daudzuma ražošanu, pieprasījuma kritumu, inflāciju, medus un pārējo izejvielu cenu kāpumu.

Pārdošanas izmaksas 2008. gadā pret 2007. gadu ir palielinājušās par 6,04 %, tas ir saistīts ar loģistikas uzņēmuma izmaksu pieaugumu, uzglabāšanu, transportēšanu kā arī naftas un energoresursu celšanos pasaules tirgū.

Administrācijas izmaksas katru gadu pieaug. 2008. gadā, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, tās pieauga par 14,88 % sakarā ar algu, inventāra cenu pieaugumu.

Pārējās uzņēmuma saimnieciskās darbības izmaksas palielinās katru gadu, izņemot 2006. gadu, kad tās samazinājās par 14 %, tas bija saistīts ar kredīta atmaksas beigu termiņu. No 2007. gada izmaksas strauji pieauga, jo tika ņemti jauni kredīti.

Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas ir palielinājušās 2008. pret 2007. gadu par 31,53%, tas ir sakarā ar to, ka palielinās maksājumi par kredītu.



3.1.2.att. SIA „Vinnis” izmaksas no 2004. – 2008. gadam Ls [51]

3.1.4. tabula

SIA “Vinnis” izmaksu pieaugums pret iepriekšējo gadu Ls no 2004. – 2008. gadam [42]

Izmaksu pieaugums pret iepriekšējo gadu	2004	2005	2006	2007	2008
	150190	119473	80539	112589	132566

Vislielākais izmaksu pieaugums ir novērojams 2004. pret 2003. gadu par 150 190 Ls. Autors uzskata, ka jāņem vērā 2008. gada izmaksu pieaugums, kas ir visai liels - 132 566 Ls, un uzņēmumam būtu jādomā par to samazināšanu.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” bilanci.

Bilance ir viens no svarīgākajiem uzņēmuma grāmatvedības dokumentiem. Bilance parāda uzņēmuma līdzekļus un to avotus konkrētā momentā [38,270].

3.1.5. tabula

Uzņēmuma bilances atspoguļojums no
2004. – 2008. gada beigām Ls [41]

Rādītāji uz gada beigām	2004	2005	2006	2007	2008	Pieaugums 2007/2008	Novirze %
Ilgtermiņa ieguldījums	187757	177043	486367	856900	791922	92,42	-7,6
Apgrozāmie līdzekļi	205139	261866	282449	387045	402814	104,07	4,1
Pašu kapitāls	97392	126818	117982	154625	145794	94,29	-5,7
Uzkrājumi	500	500	500	500	0	0	-100,0
Kreditori	295004	311591	650334	1088820	1048942	96,34	-3,7
Bilance	392896	438909	768816	1243945	1194736	96,04	-4,0

Bilance ar katru gadu pieaug par pāris tūkstošiem Ls līdz 2007. gadam, bet savukārt 2008. gadā tā samazinās. Grafiski to var aplūkot 3.1.3. att.

Salīdzinot 2007. gada bilanci ar 2008. gada, tā ir samazinājusies par 49209 Ls jeb 0,1 reizes, tas ir saistīts ar ilgtermiņa, pašu kapitāla un kreditoru saistību samazināšanos.

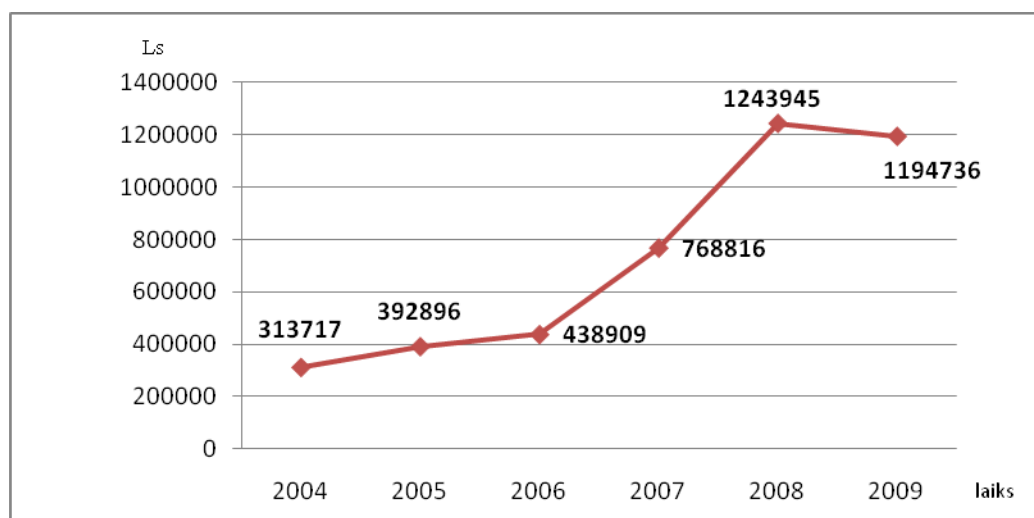
Ilgtermiņa ieguldījumi ir samazinājušies par 7,6 %, uzņēmums nav iegādājies jaunas tehnoloģiskās iekārtas, ražošanas licences, patentus un ēku, kā to darīja 2007. gadā.

Aprozāmie līdzekļi pieauguši par 4,1 %, tāpēc, ka uzņēmums vairāk ražo, iepērk vairāk izejvielu un tam ir lielāki debitoru parādi. 2007. gada beigās parādi bija 180 596 Ls, bet savukārt 2008. gada beigās sasniedza 201 984 Ls, tas ir 0,11 reižu liels pieaugums.

Uzņēmuma pašu kapitāls ir samazinājies par 5,7 %, tas ir saistīts ar to, ka uzņēmuma īpašnieki peļņu neiegulda tā tālākai attīstībai.

Uzņēmums neveido uzkrājumus, 2008. gada beigās to, nav vispār.

Bilancē var redzēt, ka uzņēmums ir palielinājis saistības ar kreditoriem līdz 2007. gada beigām, tas ir saistīts ar jaunu pamatlīdzekļu un aprozāmo līdzekļu iegādi, piemēram, kvalitatīvas tehnoloģijas iegādāšanos, jaunas ražošanas ēkas iegādi un tās remontu utt. 2008. gadā pret iepriekšējo gadu kreditoru parādi samazinājušies par 39878 Ls, jo uzņēmums nav ņēmis papildus kredītus un cenšas atdot kredītu pamatsummu.



3.1.3. att. SIA “Vinnis” bilances pieaugums no 2004. – 2008. gada beigām, Ls [41]

Attēlā redzams, ka uzņēmuma bilances kopējā summa līdz 2007. gada beigām ar katru gadu pieaug, kas liecina par uzņēmuma attīstības uzlabošanos. Vislielākais kāpums novērojams starp 2006. un 2007. gadu par 475 129 Ls. Tas ir sakarā ar ilgtermiņa un aprozāmo līdzekļu, kā arī kreditoru skaita pieaugumu. Pārejot uz jaunām telpām 2007. gadā, uzņēmums ir iepircis jaunas iekārtas un atjaunojis ēku.

2008. gadā uzņēmums ir samazinājis bilanci par 0,4 %.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” bilances horizontālo analīzi.

Bilances horizontālā analīze parāda kapitāla izmaiņas, to pieaugumu vai samazināšanos naturālās vienībās un procentos.

3.1.6. tabula

Bilances horizontālā analīze no 2006. - 2008. gada beigām Ls, % [41]

Rādītāja nosaukums	Apsalūtie lielumi perioda beigās				Relatīvie lielumi		
	2006	2007	2008	Novirze 2006/2008	ID	Izteiksme %	Novirze %
I. Nemateriālie ieguldījumi	1660	1070	567	-1093,00	0,34	34,16	-65,84
II. Pamatlīdzekļi	484707	855830	791355	306648,00	1,63	163,26	63,26
1. Ilgtermiņa ieguldījumi	486367	856900	791922	305555,00	1,63	162,82	62,82
I. Krājumi	133145	182304	160096	26951,00	1,20	120,24	20,24
II. Debitori	142742	180596	201984	59242,00	1,42	141,50	41,50
V. Nauda	6562	24145	40734	34172,00	6,21	620,76	520,76
2. Apgrozāmie līdzekļi	282449	387045	402814	120365,00	1,43	142,61	42,61
1. Pamatkapitāls	42000	42000	42000	0,00	1,00	100,00	0,00
4. Rezerves kapitāls	6567	6567	6567	0,00	1,00	100,00	0,00
1. Pašu kapitāls	117982	154625	145794	27812,00	1,24	123,57	23,57
2. Uzkrājumi	500	500	0	-500,00	0,00	0,00	-100,00
I. Ilgtermiņa parādi	497404	981876	861840	364436,00	1,73	173,27	73,27
II. Īstermiņa parādi	152930	106944	187102	34172,00	1,22	122,34	22,34
3. Kreditori	650334	1088820	1048942	398608,00	1,61	161,29	61,29
Bilance	768816	1243945	1194736	425920,00	1,55	155,40	55,40

Nemateriālie ieguldījumi no 2006. – 2008. gadam samazinās. 2006. gadā uzņēmums uzsāka papildus sortimenta ražošanu, iegādājies jaunas datorprogrammas, licences, tāpēc, nemateriālie ieguldījumi ir lielāki, bet 2007. un 2008. gadā tie pakāpeniski samazinās.

Pamatlīdzekļi visus gadus pieaug, izņemot 2008. gadu. Vislielākais pamatlīdzekļu pieaugums 2007. gadā, tas palielinās 0,74 reizes. Tas nozīmē, ka uzņēmums ņem ilgtermiņa kredītus un naudas līdzekļus iegulda pamatlīdzekļos un tā izveidē. 2008. gadā uzņēmums nav iegādājies papildus pamatlīdzekļus, amortizācijas rezultātā tiek norakstīti vecie pamatlīdzekļi.

Ilgtermiņa ieguldījumi katru gadu pieaug, izņemot 2008. gadu, kad tie samazinās par 62,83 % pret 2006. gadu. 2007. gadā straujš pieaugums, tas ir saistīts ar pamatlīdzekļu krājumu, debitoru un naudas palielināšanos.

Tātad pēc datiem var redzēt, ka līdz 2007. gadam uzņēmums palielina savus krājumus, tas ir saistīts ar jauna produkcijas sortimenta pieprasījumu, izveidi un ražošanu.

Uzņēmumam ar katru gadu pieaug debitoru parādi, kas, no vienas puses, nozīmē to, ka pieaug klientu skaits, bet, no otras puses, tas ir slikti, jo tiek iesaldēti līdzekļi, kas nepiedalās uzņēmuma ražošanā. 2006. pret 2008. gadu pieaugums bija 41 %.

Uzņēmums naudas līdzekļus uzkrāj mazos apmēros. 2006. gadā salīdzinot ar 2008. gadu, naudas līdzekļi ir palielinājušies par 520 %.

Apgrozāmie līdzekļi uzņēmumam ar katru gadu palielinās, tas ir saistīts ar krājumu, debitoru un naudas palielināšanos. Krājumu līmenim ir jābūt saskaņotam ar ražošanas vajadzībām un pietiekamu pircēju pieprasījuma apmierināšanu. Pārmērīgi uzkrājumi rada naudas līdzekļu nepamatotu iesaldēšanu, kā rezultātā samazinās peļņa un apgrozījums.

Pašu kapitāls līdz 2007. gadam palielinās, tas ir saistīts ar pārskata gada nesadalītās peļņas palielināšanos. 2008. gadā pašu kapitāla pieaugums samazinā par 8 831 Ls, kas ir saistīts ar kredītu pamatsummas atdošanu.

Uzkrājumi uzņēmumā 2008. gadā ir 0, neparedzētu izdevumu gadījumā nebūs ar ko segt savas saistības.

Kreditoru skaits palielinās, lielākais pieaugums ir 2007. gadā, tas ir saistīts ar ilgtermiņa saistību palielināšanos. No 2006. - 2008. gadam bilances vērtība ir pieaugusi par 55,40 %.

Skatoties kopumā, uzņēmuma bilance pieaug ievērojamos tempos līdz 2007. gada beigām (3.1.3. att.), it sevišķi 2006. gadā. Šis pieaugums saistīts ar ilgtermiņa kreditoru saistību palielināšanos. Īstermiņa kreditoru saistības palielinās nelielos apmēros, salīdzinot ar 2006. un 2008. gadu – 22,34%.

Uzņēmuma rezerves pēdējā gadā ir 0. Ļoti negatīvi ir tas, ka uzņēmumam samazinās pašu kapitāls 2008. gadā. Uzņēmumam nākotnē būs jāpelna daudz vairāk, lai atmaksātu ilgtermiņa kredītu un tā procentus.

Tālāk autors apskata SIA "Vinnis" bilances vertikālo analīzi.

Uzņēmuma kapitāla analīze rada iespēju izraudzīties finansēšanas veidu. Kapitāla struktūra (pašu kap. un aizņ. kap. attiecību) kopējā skatījumā ar uzņēmuma līdzekļu struktūru raksturo uzņēmuma finansēšanas procesa efektivitāti. Uzņēmuma līdzekļi un kapitāla izmaiņas laika periodā ļauj analizēt izvēlētajā finansējuma priekšrocības un trūkumus.

Uzņēmumam ir nepieciešams nodrošināt tādu kapitāla piesaistīšanas pakāpi, lai ar ieņēmumiem no uzņēmuma saimnieciskās darbības varētu savlaicīgi norēķināties ar aizņemtā kapitāla īpašumiem.

Balances vertikālās analīzes no 2005. - 2008. gadam Ls, % [41]

Rādītāja nosaukums	2005. gada beigas	īpatsvars %	2006. gada beigas	īpatsvars %	2007. gada beigas	īpatsvars %	2008. gada beigas	īpatsvars %
Nemateriālie ieguldījumi	2251,00	0,51	1660,00	0,22	1070	0,086	567	0,047
Pamatlīdzekļi	174792,00	39,82	484707,00	63,05	855830	68,800	791355	66,237
Ilgtermiņa ieguldījumi	177043,00	40,34	486367,00	63,26	856900	68,886	791922	66,284
Krājumi	124703,00	28,41	133145,00	17,32	182304	14,655	160096	13,400
Debitori	129558,00	29,52	142742,00	18,57	180596	14,518	201984	16,906
Nauda	7605,00	1,73	6562,00	0,85	24145	1,941	40734	3,409
Apgrozāmie līdzekļi	261866,00	59,66	282449,00	36,74	387045	31,114	402814	33,716
Akciju vai daļu kapitāls	42000,00	9,57	42000,00	5,46	42000	3,376	42000	3,515
Rezerves	6567,00	1,50	6567,00	0,85	6567	0,528	6567	0,550
Pašu kapitāls	126818,00	28,89	117982,00	15,35	154625	12,430	145794	12,203
Uzkrājumi	500,00	0,11	500,00	0,07	500	0,040	0	0,000
Ilgtermiņa kreditori	174321,00	39,72	497404,00	64,70	981876	78,932	861840	72,136
Īstermiņa kreditori	137270,00	31,28	152930,00	19,89	106944	8,597	187102	15,661
Kreditori	311591,00	70,99	650334,00	84,59	1088820	87,530	1048942	87,797
Bilance	438909,00	100,00	768816,00	100,00	1243945	100,000	1194736	100,000

Analizējot saimniecisko līdzekļu un avotu struktūru, ilgtermiņa ieguldījumi no 2006. - 2008. gadam svārstās robežās 63 – 68% no bilances īpatsvara. Uzņēmums lielu daļu kredītu iegulda pamatlīdzekļu izveidošanā un nepabeigto celtniecības objektu izmaksās līdz 2007. gadam. 2008. gadā ir novērojams pamatlīdzekļu samazinājums - par 64 475 Ls.

Apgrozāmie līdzekļi no 2005. – 2008. gadam palielinās, 2008. gadā palielinās par 33,7 % pret bilanci. Lielāka naudas summa tiek ieguldīta ilgtermiņa ieguldījumos.

Krājumi 2008. gadā samazinājušies līdz 13,4 % no bilances īpatsvara, kas ir novērtējams pozitīvi, jo pārējos gados rādītājs bija lielāks. Uzņēmums mazāk uzkrāj ražošanas līdzekļus, tādējādi, neiesaldē naudas līdzekļus un palielina krājumu aprites ātrumu.

Uzņēmumam ir lieli debitoru parādi, šie naudas līdzekļi ir iesaldēti uz kādu laiku un to nevar laist apgrozījumā. Tāpēc debitoriem vajadzētu dot mazākus atmaksas termiņus. Apgrozāmie līdzekļi 2008. gadā palielinās pret kopējo bilances summu par 33,7%, iepriekšējos gados šis rādītājs svārstās robežās no 31 – 59%.

Pašu kapitāla pieaugums 2008. gadā ir samazinājies, tas nozīmē, ka uzņēmumam ir lielākas saistības, kas ir negatīvi. 2005. gadā bija liels pamatlīdzekļu pieaugums 28%.

Ar katru gadu palielinās uzņēmuma bilance, tam vajadzētu veidot lielāku uzkrājumu neparedzētiem gadījumiem, tas var būt bīstami, ka uzkrājumi ir tik niecīgi.

Uzņēmumam ir liels aizņemtais kapitāls, it sevišķi pēdējā gadā ilgtermiņa saistības ir palielinājušās par 72,13 %. Apskatot iepriekšējos gadu pārskatus, var redzēt, ka uzņēmumam lielu daļu no kapitāla sastāda aizņemtais kapitāls. Ilgtermiņa saistības sāk strauji pieaugt no

2006. gada, jo uzņēmums veido jaunus pamatlīdzekļus. 2008. gadā uzņēmums sāk pakāpeniski atmaksāt saistības un neņem papildus ilgtermiņa kredītu.

Īstermiņa saistības uzņēmumam palielinās 2008. gadā. No 2005. – 2006. gadam tās pakāpeniski pieaug.

Uzņēmumam saistības ir visai lielas katru gadu, tās svārstās no 70 – 88 % pieaugumu.

Autors uzskata, ka uzņēmumam vajadzētu ieguldīt tīro peļņu uzņēmuma attīstībā, 2008. gadā tā sasniedza 95 170 Ls, tādējādi samazinātu aizņemto kapitālu un iegūtu lielāku neatkarību no kreditoriem.

Autors uzskata, ka uzņēmumam ātrāk jācenšas atdot kreditoru parādi. Tīrā peļņa 2008. gadā ir 95 170 Ls jeb 11 reizes mazāka nekā kreditoru parādi, šis ir pārgalvīgs un bīstams solis - aizņemties tik milzīgu summu no kreditoriem.

Uzņēmumam ir nepieciešams nodrošināt tādu piesaistīšanas kapitāla pakāpi, lai ar ieņēmumiem no uzņēmuma saimnieciskās darbības varētu savlaicīgi norēķināties ar aizņemtā kapitāla īpašumiem.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” peļņas vai zaudējumu analīzi.

3.1.8. tabula

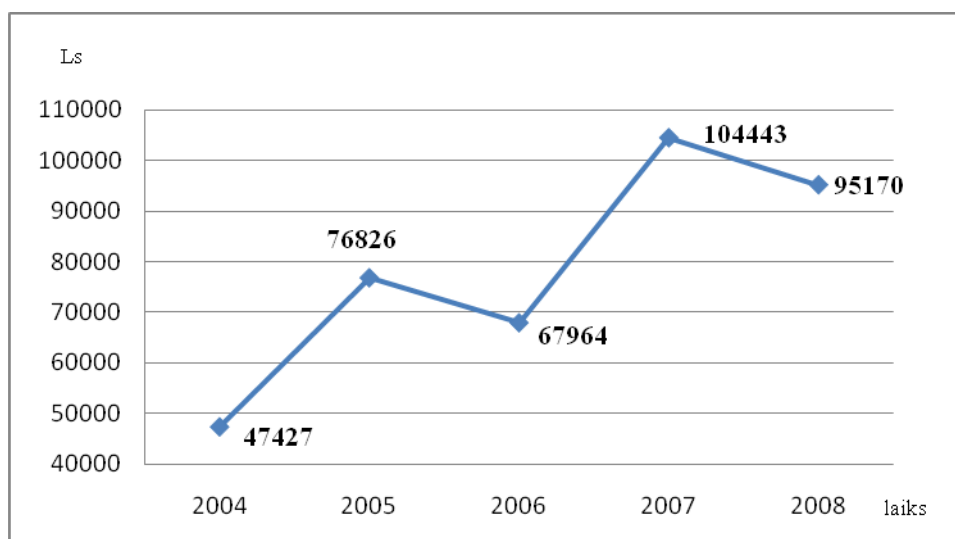
Uzņēmuma peļņas vai zaudējumi no 2004. - 2008. gadam latos [42]

Rādītāja nosaukums	2004	2005	2006	2007	2008	Pieaugums 2008/2007	Novirze %
Ieņēmumi no preču pārdošanas	671072	841575	893049	1020062	1048813	102,82	2,82
Pārējie ieņ.	10145	4665	13414	42575	236963	556,58	456,58
Izmaksas	626546	746019	826558	939147	1071713	114,12	14,12
Peļņa vai zaudējumi pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem	54671	100221	79905	123490	114063	92,37	-7,63
UIN	6092	13245	10337	5761	5890	102,24	2,24
Pārējie nodokļi	1152	1372	1415	1469	2009	136,76	36,76
Atliktais uzņēmuma ienākuma nodoklis	0	8778	189	11817	10994	93,04	-6,96
Pārskata perioda peļņa vai zaudējumi pēc nodokļiem (tīrie ieņēmumi)	47427	76826	67964	104443	95170	91,12	-8,88

Uzņēmuma ienākumi no 2004. – 2008. gadam katru gadu pieaug, tas ir saistīts gan ar medus cenām un produkcijas apjoma pieprasījumu, gan veiksmīgu saimniecisko darbību. 2008. gadā pret iepriekšējo gadu peļņa ieņēmumi no pārdotās produkcijas ir pieauguši par 2,8 %.

Izmaksas ir palielinājušās par 14,12 %, tas ir saistīts ar produkcijas apjoma pieprasījumu kā arī ar izejvielu, energoresursu, naftas un citu izmaksu pieaugumu.

Uzņēmumam 2008. gads ir nesis mazāku peļņu, salīdzinot ar 2007. gadu par 8,8 %, bet 2007. gadā tas bija veiksmīgāks par 2006. gadu par 36 479 Ls. Iegūto peļņu, tas var ieguldīt turpmākai uzņēmuma attīstībai un segt kreditoru parādus.



3.1.4. att. Pārskata peļņas vai zaudējumi pēc nodokļiem no 2004. – 2008. gadam latos [42]

No 2004. – 2007. gadam uzņēmuma peļņa ar katru gadu pieaug, izņemot 2006.gadu, jo tas ir saistīts ar pārvākšanos uz jaunām telpām, kredīta maksājumiem un jaunas tehnoloģijas ieviešanu. Vislielākais kāpums ir 2007. gadā, tas ir saistīts ar sortimenta un pieprasījuma palielināšanos. Uzņēmums izstrādāja jaunu sortimentu grupu – medus piedevas un pirts medu. 2008. gadā peļņa samazinās, kaut arī ieņēmumi ir palielinājušies, tas ir sakarā ar izmaksu pieaugumu un lielo kreditoru parādu dzēšanu.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” peļņas vai zaudējumu horizontālo analīzi. Analīze parāda peļņas vai zaudējumu rādītāju izmaiņas, to pieaugumu vai samazināšanos % un naturālās vienībās.

3.1.9. tabula

P/Z horizontālā analīze, no 2004. - 2008. gadam Ls, % [42]

Rādītāja nosaukums	2004	2005	Novirze %	2006	Novirze %	2007. gada beigās	Novirze %	2008.gada beigās	Novirze %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Neto apgrozījums	671072	841575	25,41	893049	6,12	1020062	14,22	1048813	2,82
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	481180	590324	22,68	620113	5,05	692126	11,61	795350	14,91
Bruto peļņa vai zaudējumi	189892	251251	32,31	272936	8,63	327936	20,15	253463	-22,71
Pārdošanas izmaksas	85125	89797	5,49	134611	49,91	125965	-6,42	133570	6,04
Administrācijas izmaksas	44680	49245	10,22	55817	13,35	57413	2,86	65956	14,88
Pārējie uzņēmuma saimnieciskās darbības ieņēmumi	10087	4609	-54,31	13400	190,74	42521	217,32	136736	221,57
Pārējās uzņ. saimnieciskās darbības izmaksas	5513	8391	52,2	7242	-13,69	22182	206,3	22305	0,55
Pārējie % ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi	58	56	-3,45	14	-75	54	285,71	227	320,37
% maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	10048	8262	-17,77	8775	6,21	41461	372,49	54532	31,53

3.1.9. tab. turpinājums

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
P/Z pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem	54671	100221	83,32	79905	-20,27	123490	54,55	114063	-7,63
P/Z pirms nodokļiem	54671	100221	83,32	79905	-20,27	123490	54,55	114063	-7,63
Ieņēmuma nodoklis par pārskata periodu	6092	13245	117,42	10337	-21,96	5761	-44,27	5890	2,24
Pārējie nodokļi	1152	1372	19,1	1415	3,13	1469	3,82	2009	36,76
Atliktais uzņēmuma ienākuma nodoklis	0	8778	0	189	-97,85	11817	6152,38	10994	-6,96
Tīrie ieņēmumi	47427	76826	61,99	67964	-11,54	104443	53,67	95170	-8,88

No 2004. – 2008. gadam neto apgrozījums ir pieaudzis robežās no 2,82 – 25,41% , bet savukārt 2008. gadā neto apgrozījuma pieaugums ir niecīgs, tikai 2,82%.

Pārdošanas produkcijas izmaksas no 2004. – 2008. pieaug no 5,05 - 22,68%, bet 2008, tās pieauga par 14,91%, kas ir saistīts ar produkcijas pieprasījuma samazināšanos un uzglabāšanas izdevumu pieaugumu.

Bruto peļņas pieaugums ir samazinājies, salīdzinot ar 2007. gadu, par 22,71 %. Autors uzskata, ka uzņēmumam ir jāņem vērā ekonomikas atdzišanas faktors un jācenšas samazināt saistības ar kreditoriem un debitoriem, lai būtu finansiāli neatkarīgāks un varētu manipulēt ar brīvajiem naudas līdzekļiem.

Peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem visstraujāk pieauga 2005. gadā par 83,3 %, bet savukārt 2008. peļņa pret 2007. gadu samazinājās par 7,63 %.

Autors prognozē, ka peļņas samazināšanās turpināsies līdz 2011. gada pavasarim sakarā ar ieilgušo ekonomisko un sociālo krīzi Latvijā.

Vislielākais peļņas pieauguma temps ir novērojams 2005. un 2007.gadā. 2007. gadā pieaugums bija 53,67 %, bet 2008. tā samazinājās par 8,88 %, salīdzinot ar iepriekšējo gadu.

Līdz 2005. gadam uzņēmums strādāja ar labiem rādītājiem, bet 2006. un 2008. gads ir bijis ne tik veiksmīgs, niecīgi pieaug neto apgrozījums, samazinājušies ieņēmumi un peļņa.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” peļņas vai zaudējumu vertikālo analīzi.

3.1.10. tabula

P/Z vertikālā analīze, no 2005. - 2008. gadam Ls, % [42]

Rādītāja nosaukums	2005	īpatsvars %	2006	īpatsvars %	2007. gada beigās	īpatsvars %	2008.gada beigās	īpatsvars %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Neto apgrozījums	841575	100	893049	100	1020062	100	1048813	100
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	590324	70,15	620113	69,44	692126	67,85	795350	75,83
Bruto peļņa vai zaudējumi	251251	29,85	272936	30,56	327936	32,15	253463	24,17
Pārdošanas izmaksas	89797	10,67	134611	15,07	125965	12,35	133570	12,74
Administrācijas izmaksas	49245	5,85	55817	6,25	57413	5,63	65956	6,29
Pārējie uzņēmuma saimnieciskās darbības ieņēmumi	4609	0,55	13400	1,5	42521	4,17	136736	13,04

3.1.10. tab. turpinājums

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Pārējās uzņēmuma saimnieciskās darbības izmaksas	8391	1	7242	0,81	22182	2,17	22305	2,13
Pārējie % ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi	56	0,01	14	0	54	0,01	227	0,02
% maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	8262	0,98	8775	0,98	41461	4,06	54532	5,2
P/Z pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem	100221	11,91	79905	8,95	123490	12,11	114063	10,88
P/Z pirms nodokļiem	100221	11,91	79905	8,95	123490	12,11	114063	10,88
Ieņēmuma nodoklis par pārskata periodu	13245	1,57	10337	1,16	5761	0,56	5890	0,56
Pārējie nodokļi	1372	0,16	1415	0,16	1469	0,14	2009	0,19
Atliktais uzņēmuma ienākuma nodoklis	8778	1,04	189	0,02	11817	1,16	10994	1,05
Tīrie ieņēmumi	76826	9,13	67964	7,61	104443	10,24	95170	9,07

Produkcijas pārdošanas ražošanas izmaksu īpatsvars 2008. gadā % pieaug pret neto apgrozījuma struktūru. Salīdzinoši no 2005. – 2008. gadam ražošanas izmaksas strukturāli palielinās, kas ir saistīts ar produkta pārdošanas cenas palielināšanu un izmaksu pieaugumu. Salīdzinot bruto peļņu vislielākais pieaugums ir 2007. pret 2006. gadā, īpatsvars bija ap 32,15 %, pārējos gados šis pieaugums bija mazāks.

Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas pret neto struktūru 2007. un 2008. gadā palielinās, vislielākais kāpums novērots 2008. gadā, t. i. 5,20 %.

Peļņai vai zaudējumam pirms nodokļiem pret katra gada struktūru vislabākais rādītājs bija 2007. gadā, tas nozīmē, ka uzņēmumam bija liela gan peļņa, gan pārdotais produkcijas ražošanas apjoms, bet savukārt 2008. gadā šis rādītājs ir samazinājies sakarā ar izmaksu, % maksājumu palielināšanos un bija 10,88 %.

Tīrā peļņas vislielākais īpatsvara pieaugums ir novērojams 2007. gadā, t. i., 10,24 %.

Pēc šiem rādītājiem var secināt, ka īpaši labvēlīgs gads uzņēmumam ir bijis 2007.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” finanšu analīzi.

Jebkura uzņēmuma darbības rezultāti un konkurētspēja ir atkarīgi no vadītāju prasmes, pieredzes un spējas pieņemt pareizus lēmumus. Katrs no šiem lēmumiem var uzlabot vai pasliktināt uzņēmuma saimniecisko vai finansiālo stāvokli. Finanšu analīze ir finanšu pārvaldības svarīgs elements. Gandrīz visi uzņēmuma finanšu pārskatu lietotāji izmanto finanšu analīzi svarīgāko finansēšanas lēmumu pieņemšanai.

M. Rurāne grāmatā „Finanšu pārvaldība” skaidro, ka galvenais finanšu analīzes mērķis ir iegūt pēc iespējas lielāku galveno parametru skaitu, pēc kuriem būtu iespējama pilnīgāka uzņēmuma finansiālā stāvokļa, peļņas un zaudējumu, aktīvu un pasīvu struktūras izmaiņu novērtēšanu.

Efektīva resursu izmantošana ilgtermiņa periodā nodrošina uzņēmuma īpašnieku ekonomisko interešu realizēšanu. Tāpēc uzņēmuma īpašnieki finanšu pārskatus analizē ar mērķi

paaugstināt ieguldītā kapitāla rentabilitāti un nodrošināt uzņēmuma darbības stabilitāti. Kreditori un investori veic finansu analīzi, lai minimizētu savu aizdevumu un ieguldījumu risku.

Finašu analīze uzņēmumam ir nepieciešama, lai noskaidrotu materiālo un finansu resursu sabalansētības pakāpi, varētu izvērtēt pašu un aizņemtā kapitāla plūsmu un uzņēmuma apgrozījuma veidošanu, kas nodrošina optimālu peļņas lielumu, ļauj novērtēt pareizu naudas izmantošanu, kas nodrošina optimālas kapitāla struktūras uzturēšanu un iespēju kontrolēt finansu un materiālu resursu izmantošanas normu un normatīvu ievērošanu.

Tālāk autors apskata SIA "Vinnis" likviditātes rādītājus.

3.1.11. tabula

Likviditātes rādītāju analīze no 2005. – 2008. gadam koeficientos [42]

Likviditātes rādītāji	2005	2006	2007	2008
Kopējais likviditātes rādītājs	1,91	1,85	3,62	2,15
Likviditātes starpseguma koeficients	0,91	0,95	1,89	1,28
Absolūtās likviditātes koeficients	0,06	0,04	0,23	0,22
Darba kapitāls	124596	129519	280101	215712

Likviditātes kopējais koeficients raksturo spēju segt īstermiņa saistības. Ja koeficients ir mazāks par 1, tad uzņēmums darbojas finansiālā riska apstākļos. Tas nozīmē, ka uzņēmumam ir lieli finansiālā riska apstākļi, vēlamais rezultāts ir no 1 – 2. Jo augstāks koeficienta rādītājs, jo augstāka uzņēmuma iespēja īstermiņa saistību dzēšanai. Uzņēmuma likviditātes koeficients 2008. gadā ir 2,15, kas ir samazinājies par 1,47 pret 2007. gadu. Neskatoties uz to, ka ievērojami samazinājies koeficients, autors uzskata, ka tam nav finansiālā riska apstākļi un tas spēj segt īstermiņa saistības, bet jāatceras par lielo ilgtermiņa saistību īpatsvaru pret bilanci.

Likviditātes starpseguma koeficients svārstās no 0,91 -1,89, tas nozīmē, ka uzņēmums strādā ar zemu finansu risku, liels daudzums apgrozāmo līdzekļu ir krājumos. Zemākā robeža 0,8 – 1, ja rādītājs ir mazāks par 0,8, tas nozīmē, ka liela daļa apgrozāmo līdzekļu ir krājumos. Ja koeficients ir lielāks par 1, tas nozīmē, ka uzņēmums strādā ar zemu finansu risku.

Uzņēmuma likviditātes absolūtais koeficients ir no 0,06 - 0,22. Par optimālu tiek uzskatīts, ja koeficients svārstās no 0,1 – 0,7 robežās, (liels naudas līdzekļu uzkrājums). Koeficients no 2007. – 2008. gadam ir pieļaujama robežās, kas nozīmē, ka uzņēmumam nav liels naudas uzkrājums.

Darba kapitāls ir samazinājies, salīdzinot 2007. un 2008. gadu, par 64 389, tas nozīmē, ka likviditāte pasliktinās.

Autors uzskata, ka pēc visiem analizējamajiem datiem 2007. gads ir bijis visveiksmīgākais, savukārt jau 2008. gadā visi likviditātes rādītāji samazinās, kas nenāk par labu uzņēmuma veiksmīgai darbībai.

Tālāk autors apskata SIA "Vinnis" saistību rādītājus.

3.1.12. tabula

SIA "Vinnis" saistību vai maksāspējas rādītāju analīze

no 2005. – 2008. gadam koeficientos [42]

Saistību vai maksāspējas rādītāji	2005	2006	2007	2008
Finansiālās atkarības koeficients	0,71	0,85	0,88	0,88
Finansionālās neatkarības koeficients	0,29	0,15	0,12	0,12
Finansionālās autonomijas koeficients	2,46	5,51	7,04	7,19
Rezervju īpatsvars pašu kapitālā	0,05	0,06	0,04	0,05
Maksājamo % seguma koeficients	13,13	10,11	3,98	3,09
Ilgtermiņa kapitāla īpatsvars	0,69	0,80	0,91	0,84
Kredīta maksājumu seguma koeficients	0,45	0,54	0,65	0,57

Šīs grupas rādītāji raksturo uzņēmuma kapitāla struktūru un finansionālās atkarības pakāpi.

Finansiālās atkarības koeficientam jābūt robežās no 0,5 – 0,6, tas svārstās no 0,71 – 0,88, kas ir par augstu. 2008. gadā koeficients nav palielinājies. Uzņēmums ir atkarīgāks no saistībām.

Finansionālās neatkarības koeficients salīdzinoši ir samazinājies no 2006. gada. Tas nozīmē, ka uzņēmumam ir palielinājies aizņēmums kapitāls.

Rezervju īpatsvars pašu kapitālā 2008. gadā, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, ir palielinājusies par 0,01, kas ir ļoti niecīgs pieaugums.

Maksājuma % seguma koeficients atspoguļo uzņēmuma spēju samaksāt aizdevumu procentus ar peļņas veidā iegūtiem līdzekļiem, neskarot pašu kapitālu. Tas svārstās no 3,09 – 13,13. 2008. gadā tas samazinājās, salīdzinot ar iepriekšējo gadu par 0,08. Tas rāda, ka maksājuma procenti tiks segti no peļņas līdzekļiem, kuru ir pietiekami daudz.

Ilgtermiņa kapitāla īpatsvars samazinās 2008. gadā no 0,91 līdz 0,84, t. i., par 0,07, kas uzskatāms kā pozitīvs rādītājs.

Kredīta maksājuma koeficients ir palielinājies 2007. gadā līdz 0,91, bet jau 2008. gadā tas ir samazinājies par 0,08.

Autors uzskata, ka pēc maksāspējas rādītājiem 2007. gads uzņēmumam ir bijis veiksmīgāks par 2008. Uzņēmumam ir jābūt mazāk atkarīgam no kreditoriem, jo tas var novest pie maksātnespējas, augstie % maksājumi un lielā pamatsumma, kas ir redzama bilancē – 1 048 942 Ls uz 2009. gada 1. janvāri.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” aprites rādītājus.

3.1.13. tabula

Aprites rādītāju analīze no 2005. – 2008. gadam [42]

Aktīvu jeb aprites rādītāji	2005	2006	2007	2008
Visu aktīvu aprites koeficients	2,02	1,48	1,01	0,86
Ilgtermiņa ieguldījumu aprites koeficients	4,61	2,69	1,52	1,27
Pamatlīdzekļu aprites koeficients	4,66	2,71	1,52	1,27
Apgrozāmo līdzekļu aprites koeficients	3,60	3,28	3,05	2,66
Krājumu aprites koeficients	5,65	3,17	4,39	4,65
Krājumu aprites periods	64,58	115,07	83,18	78,57
Debitoru parādu aprites koeficients	6,80	4,30	6,31	5,48
Pircēju parādu iekasēšanas ilgums	53,64	84,82	57,85	66,57
Kreditoru aprites koeficients	1,95	0,77	0,80	0,74
Kreditoru aprites perioda ilgums	187,53	474,49	458,58	490,53

Visu aktīvu aprite parāda, cik reizu uzņēmuma aktīvi veic pilnu apriti analizējamā perioda laikā, tas svārstās no 0,86 - 2,02. Optimālais līmenis > 3 , visos gadījumos tas ir mazāks, tātad ieteicams likvidēt daļu no pamatlīdzekļiem un daļu no krājumiem, lai iegūtos līdzekļus varētu ieguldīt likvīdos aktīvos.

Ilgtermiņa ieguldījumu aprite raksturo ilgtermiņa ieguldījumu intensitāti neto apgrozījuma veidošanā. Zems koeficienta līmenis – pārāk daudz līdzekļu investēts ilgtermiņa ieguldījumos, salīdzinot ar ražošanas un realizācijas apjomu.

Krājumu aprites rādītāji rāda, cik reizes analizējamā periodā ir apritējis krājumos ieguldītais kapitāls. Rādītāja lielums ir atkarīgs no nozares. Kopumā - jo augstāks krājumu aprites koeficients, jo mazāk līdzekļu iesaldēts krājumos, jo stabilāks ir uzņēmuma finansiālais stāvoklis. Tas nav visai liels, no 2007. – 2008. tas ir palielinājies par 0,26.

Krājumu aprites periods ir paliels. Šie rādītāji būtu jāsamazina, ko uzņēmums arī dara, 2008. gadā sasniedz 78,56 dienas.

Debitoru parādu aprites rādītāji rāda, cik reizes vidēji gadā debitoru parādi pārvērtušies naudas līdzekļos. Debitoru aprites periods dienās jeb pircēju parādu vidējais dzēšanas ilgums raksturo naudas cikla ilgumu no preču realizācijas brīža līdz naudas ieplūšanai uzņēmumā par pārdoto produkciju - cik dienās tiek dzēsts debitoru parāds. Šis rādītājs ir visai augsts no 53 – 84 dienām, tas būtu jāsamazina. No 2007. – 2008. gadam tas ir pieaudzis par 8,72 dienām.

Kreditoru (saistību) aprites rādītājs - ļauj salīdzināt komerciālā kredīta piešķiršanas noteikumus, ko izmanto uzņēmums, iepērkot krājumus, ar tiem kredītēšanas noteikumiem, kurus uzņēmums piedāvā saviem klientiem, pārdodot produkciju.

Kreditoru (saistību) aprites koeficients rāda, cik aprites uzņēmumam nepieciešamas, lai nomaksātu savus rēķinus. No 2007. - 2008. gadam koeficients ir samazinājies par 0,06. Pārāk garš debitoru parādu iekasēšanas periods palielina uzņēmuma izmaksas maksājamo % veidā – samazinās uzņēmuma peļņa.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” rentabilitātes rādītājus.

3.1.14. tabula

Rentabilitātes rādītāju analīze no 2005. – 2008. gadam
koeficientos [42]

Rentabilitātes rādītāji	2005	2006	2007	2008
Realizācijas rentabilitāte	9,13	7,61	10,24	9,07
Operatīvās darbības rentabilitāte	11,91	8,95	12,11	10,88
Bruto peļņas rentabilitāte	11,91	8,95	12,11	10,88
Aktīvu rentabilitāte %	26,08	14,69	16,39	13,83
Kopkapitāla rentabilitāte %	28,07	12,71	20,51	18,30
Pašu kapitāla rentabilitāte %	89,40	55,53	76,63	63,36

Realizācijas rentabilitāte sniedz vispārēju informāciju par uzņ. p/z. Tā svārstās, 2008. gadā tā bija 9,07, kas ir 1,17 mazāk nekāpret 2007. gadā.

Operatīvās darbības rentabilitāte tieši raksturo uzņēmuma pamatdarbības efektivitāti – nosaka uzņēmuma produkcijas ražošanas un realizācijas efektivitāti peļņas veidošanā. Tā svārstās, 2008. gadā tā ir samazinājusies par 1,23.

Bruto peļņas rentabilitāte ir nozīmīgākais peļņas starprezultāta rādītājs. Bruto peļņa - starpība starp neto apgrozījumu un pārdotās produkcijas ražošanas izmaksām. Bruto peļņa ir samazinājusies salīdzinājumā ar 2007. un 2008. gadu par 2,96.

Pašu kapitāla rentabilitāte rāda, cik peļņas iegūst īpašnieki uz vienu īpašuma kapitāla vienību, cik lietderīgi izmantots pašu kapitāls. 2008. gadā tā ir samazinājusies par 13,27, kas ir slikti. No viena ieguldītā lata uzņēmums 2008. gadā pelna 0,63 Ls.

Aktīvu rentabilitāte svārstās. 2008. gadā tā ir samazinājusies par 2,56. Tas ir visbiežāk lietotais ekonomiskās rentabilitātes rādītājs.

Kopkapitāla rentabilitāte svārstās, 2008. gadā salīdzinājumā ar 2007. gadu, tā samazinās par 2,21.

Uz 2008. gada 31. decembri rentabilitātes rādītāji samazinās, un vadībai šie rādītāji ir kā signāls ekonomikas atdzišanai uzņēmumā. Jārīkojas nekavējoties – jāpaplašina tirgus daļa, jāpalielina eksports un jāveic reklāmas pasākumi.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” Altmaņa Z koeficientu.

SIA "Vinnis" Altmaņa Z koeficienta bankrota prognozes
aprēķins no 2005. – 2008. gadam [42]

Iespējamā bankrota prognozēšana	2005	2006	2007	2008
x1	0,284	0,168	0,23	0,18
x2	0,175	0,088	0,08	0,08
x3	0,228	0,104	0,099	0,095
x4	0,135	0,065	0,04	0,04
x5	1,917	1,162	0,82	0,88
Z rādītājs	3,34	1,87	1,56	1,55

Z koeficienta bankrota varbūtību iedalījums koeficientos

[sastādījis autors, izmantojot uzdevumu krājumu finanšu analīzē 32]

"Z" rādītāja intervāls	Bankrota varbūtība
līdz 1,8	Ļoti augsta
1,8 - 2,7	Augsta
2,71 - 2,99	Iespējama
3,00 un vairāk	Ļoti zema

Z koeficients rāda bankrota varbūtību. Uzņēmumam 2005. gadā tas ir 3,34, kas nozīmē, ka tam ir ļoti zema bankrota varbūtība. No 2006. gada koeficients sāk samazināties. 2008. gadā tas sasniedz 1,55, kas nozīmē, ka bankrota iespēja ir ļoti augsta, uzņēmums pēc bilances datiem ir paņēmis lielus kredītus, skat. 3.1.17 tabulā.

Autors uzskata, ka vajadzības gadījumā banka papildus nepieciešamo finansējumu nepiešķirtu, jo uzņēmumam ir lielas kredītsaistības un ļoti augsta bankrota iespēja.

SIA „Vinnis” kreditoru saistības
no 2007. – 2008. gadam Ls [42]

Kreditori kopā	
2007. gada beigas	2008. gada beigas
1088820	1048942

Tālāk autors apskata SIA "Vinnis" J. Fulmera bankrota prognozes metodi.

SIA "Vinnis" J. Fulmera bankrota prognozes aprēķins no
2005. – 2008. gadam koeficientos [42]

J. Fulmera modelis				
Rādītāji	2005	2006	2007	2008
V1	0,175	0,088	0,084	0,080
V2	1,917	1,162	0,820	0,878
V3	0,790	0,677	0,799	0,782
V4	0,014	-0,002	0,016	0,016
V5	0,710	0,846	0,875	0,878
V6	0,313	0,199	0,086	0,157
V7	0,398	0,630	0,688	0,662
V8	0,400	0,199	0,257	0,206
V9	13,130	10,106	3,978	3,092
H	8,403	4,667	-1,042	-1,753
H>0				

Fulmera modelī H jābūt lielākam par 0, tad uzņēmumam nedraud bankrots. 2006. gadā bankrota varbūtība ir palielinājusies, tāpat kā Altmaņa bankrota prognozes metodē, skatīt 3.1.14. tabulā. Pakāpeniski koeficients samazinās, kas liecina par to, ka uzņēmumam draud liela varbūtība bankrotēt.

Koeficients ir samazinājies par 6,2 vienībām, salīdzinot 2008. ar 2006. gadu, tas liecina par to, ka uzņ. finansiālais stāvoklis strauji pasliktinājies. Ja H ir mazāks par 0, tad bankrota iespējas ir ļoti augstas. To arī apstiprina Z Altmaņa bankrota koeficients.

3. 2. UZŅĒMUMA DARBĪBAS ĀRĒJĀS VIDES RAKSTUROJUMS

SIA "Vinnis" darbība ir atkarīga no uzņēmuma ārējās vides. Ārējā vide ir tie organizācijas funkcionēšanas nosacījumi un faktori, kas izveidojas samērā neatkarīgi no tās vadīšanas un var ietekmēt organizācijas darbību. Uzņ. ietekmē tieši un netieši ārējās vides faktori. Tieši ietekmējošo ārējo vidi veido faktori, kas tieši ietekmē organizācijas darbību [35,83].

Uzņēmuma tieši ietekmējošie faktori: piegādātāji, patērētāji, konkurenti, valsts likumdošana, sabiedriskās organizācijas, prese.

Tālāk autors apskata uzņēmuma piegādātājus. Piegādātāji ir organizācijas vai individuālie uzņēmumi, kuri preču un pakalpojumu ražošanu vai citus darbības veidus apgādā ar nepieciešamajiem resursiem – izejvielām, iekārtu, elektroenerģiju, kurināmo utt. [35,62]

Medu un pārējās izejvielas SIA iepērk no Ukrainas, Ungārijas, Argentīnas un vietējiem Latvijas ražotājiem. Uzņēmums slēdz līgumus ar pārvadātāju uzņēmumiem, kas piegādā izejvielas ar smagajām mašīnām.

Pēdējos gados Latvijas biškopji saražo 500 līdz 1000 tonnas medus gadā. Īpaši laba šai nozarei bija 2005. un 2006. gada vasara, kad bija ļoti silts. Pateicoties labajiem laika apstākļiem ir gadi, kad uzņēmumam pietiek ar vietējo Latvijas biškopju medu.

Tālāk autors apskata uzņēmuma patērētājus. Šobrīd Latvijas iedzīvotāji vidēji gadā patērē 250 - 450 gramus medus, kas ir ļoti maz salīdzinājumā ar šī produkta patēriņu Skandināvijas valstīs, kur cilvēki to patērē ap 700 gramiem gadā. Savukārt vācieši patērē pat kg medus gadā [27].

Griķu ziedu medu ir iecienījuši krievu tautības cilvēki, tāpēc Rīgas rajonā, kur ir blīvāks krievu tautības līmenis, griķu ziedu medus apgrozījums ir lielāks, bet latvieši ir iecienījuši „Dabīgo ziedu medu”.

Latgales reģionā pirkospēja ir mazāka, jo daudziem ir savas bites, kā arī augsts bezdarba līmenis, līdz ar to pieprasījums ir mazāks. Kurzemē, Vidzemē, Zemgalē pieprasījums ir daudz augstāks. Uzņēmuma klienti ir dažāda vecuma patērētāji, medu lieto gan mazi, gan lieli.

Uzņēmuma produkcijas pieprasījums ir atkarīgs no sezonas, ziemā medus pieprasījums palielinās, jo cilvēki to vairāk lieto saistībā ar dažādām slimībām, vīrusiem, jo medus ir ārsniecisks un dabīgs produkts. Pa ziemu organisms ir novājināts, nespēj saule, trūkst svaigu augļu un dārzeņu, trūkst organismā vitamīnu.

Vasarā medu mazāk patērē, jo ir dažādi augļi un dārzeņi, kas stimulē organismu ar vitamīniem, mazāk arī slimo ar saaukstēšanos un infekcijas slimībām [51].

SIA „Ega” pēta Latvijas medus tirgu un apkopo informāciju, piesaista jaunus klientus, kas patērētu un realizētu SIA „VINNIS” produkciju.

Uzņēmumam ir iespējas iekarot Latvijas un ES tirgu ar savu augsto kvalitāti un patīkamo produkta garšu.

Tālāk autors apskata uzņēmuma klientus. Konkurenti arī ir viens no noieta elementiem. Tie ietekmē uzņēmumu tirgus izvēlē, mārketinga starpnieku un piegādātāju izraudzīšanā, preču sortimenta veidošanā un visā mārketinga darbības kompleksā [35,65].

Uzņēmējdarbību ietekmē daudzi ārēji 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.

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 papildus pakalpojumi [35,116].

3.2.1. tabula

Medus pārstrādes uzņēmumu skaita pieaugums no 2001. - 2006. gadam [32]

Medus apstrādes un ražošanas uzņēmumi	Uzņēmumu skaits			
	01.01.2003	01.01.2004.	01.01.2005	01.01.2006
	16	74	73	252
Pieaugums:	9	58	-1	179

3.2.2. tabula

Biškopības produktu ražošanas uzņēmumi Latvijā kopā 2007. gada beigās [32]

Biškopības uzņēmumi	
252	
Mazjaudas medus uzņēmumi.	Medus fasēšanas uzņēmumi.
245	7

Kā liecina PVD dati par reģistrētiem bioloģiskās lauksaimniecības uzņēmumiem uz 01.03.2010 datumu ir reģistrēti 167 biškopības uzņēmumi [49].

Lielākie konkurenti uzņ. ir lieljaudas medus fasēšanas uzņēmumi, tie Latvijā ir 7, kā arī uzņēmumi, kas importē Latviā medu. Mazāki konkurenti ir mazjaudas uzņēmumi - Z/S, kas ražo mazos daudzumos, daļa medus nonāk uzņēmumam .

3.2.3 tabula

SIA "Vinnis" salīdzināšana ar lielākajiem konkurentiem

Latvijas tirgū 2009. gadā, ballēs [51]

Rādītāji	Konkurentu piedāvājums			Pašu piedāvājums
	SIA "Deiva"	SIA "Kamenīte"	SIA "Har"	SIA "Vinnis"
1. Sortiments	3	2	3	5
2. Kvalitāte	5	3	4	5
3. Cena	5	3	4	4
4. Dizains	4	2	3	5
5. Reklāma	2	2	3	3
kopā:	19	12	17	22

1. balle – ļoti slikts stāvoklis,
2. balles - slikts stāvoklis tirgū,
3. balles – labs stāvoklis tirgū,
4. balles – ļoti labs stāvoklis tirgū,

5. balles – teicams stāvoklis tirgū.

Tabulā ir iekļauti lielākie medus pārdevēji. Autors ir analizējis medus konkurentus pēc 5 ballu skalas un salīdzinājis ar SIA “Vinnis”. Pēc ballēm var secināt, ka lielākais konkurents un drauds uzņēmumam ir SIA “Deiva”, kas atšķiras no uzņēmuma par 3 punktiem. SIA “Deiva” ir mazāks sortimenta klāsts, kas ir, SIA “Vinnis” priekšrocība. Bet uzņēmumam jādomā par produkcijas cenu, tam vajadzētu rīkot cenu atlaides un dažādas akcijas Latvijas veikalos.

Otrs lielākais no konkurentiem ir SIA “Har”, kas atšķiras par 5 ballēm. Šim uzņēmumam, salīdzinot ar SIA “Vinnis” ir mazāks sortiments, sliktāks dizains un kvalitāte.

Uzņēmumu tieši ietekmējošie konkurenti Latvijas tirgū ir SIA "Deiva", SIA "Har", SIA "Kamenīte, SIA "Medus kāre", SIA "Certrārija", "SIA "Elanet ", SIA "Velve 2", SIA "Itaka Stendes", SIA "Salix", SIA "Jaunmūrāni", SIA "J. A.Lejas", SIA "Serini" u.c.

SIA „Ega” analizē tirgus konkurenci, iegūto informāciju nodod uzņ. vadībai. Iegūto informāciju analizē, salīdzina, kādas ir citu firmu medus cenas par 1 kg un dažādiem fasējumiem. Šobrīd medus cenas veikalos svārstās no 3,49 – 9 Ls/kg.

Nepārtraukti tiek kontrolēti uzņēmējdarbības elementi – cenas, atlaides, darbības formas, preču virzīšana tirgū, izmaiņas iesaiņojumā, izmaiņas produkta kvalitātē, nav pieļaujama situācija, kad uzņ. kādu iemeslu dēļ neseko konkurences apstākļiem tirgū.

Tālāk autors apskata uzņēmuma izplatītājus.

Uzņēmums ir noslēdzis līgumu ar SIA „Ega”, kas nodarbojas ar preču piegādi gan maziem, gan lieliem veikalos un vairumtirdzniecības bāzēm visā Latvijas teritorijā, precī piegādā ātri un kvalitatīvi. Cēsu rajonā precī piegādā jau nākošajā dienā pēc pasūtījuma. Latvijas pārējos reģionos precī piegādā vienu reizi divās nedēļās.

Medus pieprasījums ir atkarīgs no sezonas, ziemā, tas ir lielāks, jo cilvēki apzinās medus dziednieciskās spējas.

Lai arī uzņēmuma ražošanas jaudas lielas, to izmantošanu ierobežo konkurenti, pieprasījums un izejvielu cenu kāpums, kas neļauj pilnvērtīgi apgūt visu medus tirgu Latvijā.

3.3. UZŅĒMUMA STRATĒGIJA

Tālāk autors apskata uzņēmuma SVID matricu. Stratēģisko alternatīvu izpēti un analīzi ir lietderīgi veikt ar tā saucamās SVID matricas palīdzību. Kombinējot iekšējo un ārējo vidi ar iespējām un draudiem, ir iespējams izstrādāt stratēģiju.

Ārējās un iekšējās vides analīze dod iespēju noteikt uzņēmuma stiprās un vājās puses, pastāvošās iespējas un draudus ārējā vidē, kā arī tā konkurētspēju.

Salīdzinot uzņēmumu ar tā galvenajiem konkurentiem attiecīgajā nozarē, ir jāizvērtē tā stiprās un vājās puses un izmaiņas realizējamās stratēģijas ietvaros. Salīdzināšanu ir lietderīgi veikt, ņemot vērā šādus rādītājus: produktu vai pakalpojumu kvalitāti, klientu apkalpošanu, klientu apmierinājumu, finansiālo pozīciju, tehnoloģiskās iekārtas, pamata prasmes, personāla sagatavotību un lojalitāti.

Analizējot izveidoto matricu, katrs iekšējās vides faktors (stiprā vai vājā pusē) tiek izvērtēts, ņemot vērā katru ārējās vides faktoru (iespēju vai draudu). No visiem iespēju variantiem ir jāatlasa tie, kuri ir būtiski, novērtējot uzņēmuma pašreizējo stāvokli un izstrādājot tā nākotnes stratēģiju.

Forands SVID analīzi izskaidro, ka tā ir stratēģijas bilance, kur stiprās puses ir konkurences aktīvs, vājās puses pasīvs. Svarīgi zināt, kuras puses pārākums attiecīgajā periodā ir noteicošākais. Stiprās puses uzņēmumam jānostiprina, bet vājās puses jāizmaina vai jānovērš. Riskanti izstrādāt stratēģiju, kurai pārlics vājo pušu pārsvars [13,124].

Savukārt ārējās iespējas un draudi norāda uz nepieciešamību mainīt stratēģiju, lai izmantotu esošās iespējas un izstrādātu aizsardzības variantus pret draudiem.

<p>STIPRĀS PUSES (IEKŠĒJĀ VIDE)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Enerģiski uzņēmuma vadītāji, ○ Kvalificēts un kompetents darbaspēks, ○ Izdevīgs ģeogrāfiskais stāvoklis, ○ Plašs sortiments, ○ Stabila vieta Latvijas tirgū, ○ Laba uzņēmuma reputācija, ○ Patērētāju skaita pieaugums, ○ Kvalitatīvs un dabīgs products 	<p>VĀJĀS PUSES (IEKŠĒJĀ VIDE)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Finansiālo resursu trūkums, ○ Reklāmas trūkums, ○ Pieredzes un iemaņu trūkums savā nozarē, ○ Jaunu tehnoloģiju trūkums ○ Lieli kreditoru parādi
<p>IESPĒJAS (ĀRĒJĀ VIDE)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Iekarot Latvijas un ES tirgu, ○ Iekarot jaunus klientus, ○ Izveidot reklāmas kampaņu, ○ Gūt ieņēmumus un strādāt ar peļņu, ○ Pārdot lielu produkcijas daudzumu, ○ Paplašināt uzņēmumu, ○ Jaunu tehnoloģiju pielietošana, ○ Konkurentu bezrūpība, ○ Atrast jaunus partnerus ārvalstīs 	<p>DRAUDI (ĀRĒJĀ VIDE)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Konkurence, ○ Valūtas kursa svārstības, ○ Finansiālo līdzekļu trūkums, ○ Reklāmas trūkums, ○ Sezona, ○ Pieprasījuma trūkums, ○ Zemāka produkcijas cena konkurentiem, ○ Aizstājējproduktu parādīšanās, ○ Nelabvēlīga nodokļu politika. ○ Nelabvēlīgas starpvalstu attiecības, ○ Inflācija, deflācija valstī

3.3.1 att. SIA "Vinnis" SVID matrica [51]

Apkopojot iepriekš veiktos ārējās un iekšējās vides analīžu rezultātus, autors 3.3.1. att. izveidojis SVID modeli.

Tālāk autors apskata stratēģiju. Jēdziens „stratēģija” vēsturiski ir saistīts ar militārām operācijām. Vārdnīca to skaidro kā "kara zinātni un mākslu liela mēroga kaujas operāciju vispārējai plānošanai un realizācijai". Vairāki kara teorētiķi ir aplūkojuši un aprakstījuši stratēģiju no dažādiem aspektiem. Stratēģija pēc būtības nozīmē, ka viena puse var sakaut savu pretinieku, pat ja tam ir lielāks un spēcīgāks karaspēks, ja tai ir iespējams kaujas vai sadursmes vietu novirzīt sev izdevīgākā teritorijā.

Mūsdienās literatūrā ir sastopamas dažādas stratēģijas definīcijas. Stratēģija ietver visas uzņēmuma būtiskās darbības, norādot uzņēmuma darbības virzienu un eksistences mērķi, kā arī stimulējot nepieciešamās pārmaiņas, kuras nosaka darbības vide. Tā nosaka, kā organizācijas rada konkurētspējīgu priekšrocību un nodrošina tās ilgtermiņa. Visaptverošs stratēģijas jēdziens ietver vairākas sastāvdaļas [10,15]:

1. Stratēģija ir loģisku, integrējošu un sabalansētu lēmumu sistēma.

Definējot stratēģiju kā uzņēmuma lēmumu sistēmu, var uzskatīt, ka tā izriet no uzņēmuma darbības veida. To var noteikt, analizējot lēmuma pieņemšanu organizācijā un laika gaitā sasniegtos rezultātus.

2. Stratēģija nosaka un parāda organizācijas stratēģisko mērķi, ņemot vērā tās ilgtermiņa uzdevumus, darbības programmas un resursu izmantošanu.

Šī ir viena no visvecākajām un klasiskākajām stratēģijas definīcijām. Šajā gadījumā tiek minēts, ka stratēģija nosaka organizācijas ilgtermiņa mērķus, kā arī resursus, kas nepieciešami šo mērķu sasniegšanai, sadali.

3. Stratēģija izvēlas organizācijas darbības sfēru.

Šī stratēģijas definīcijas sastāvdaļa definē, ar ko organizācija nodarbojas un ar ko tai vajadzētu nodarboties.

4. Stratēģija nodrošina konkurētspējīgu priekšrocību katrā organizācijas darbības nozarē, ņemot vērā iespējas un draudus ārējā vidē un organizācijas stiprās un vājās puses iekšējā vidē.

Galvenais šeit ir noturīgas konkurētspējīgas priekšrocības radīšana. Lai realizētu iespējas ārējā vidē, organizācijai ir jāizmanto savas stiprās puses. Stratēģijas uzdevums nav tikai pasīvi reaģēt uz draudiem un iespējām ārējā vidē, bet nepārtraukti pārveidot organizāciju atkarībā no ārējās vides izmaiņām.

5. Stratēģija lēmumu pieņemšanas procesā iesaista visus organizācijas hierarhiju līmeņus. Dažādu organizācijas hierarhijas līmeņu ieguldījums stratēģijas izstrādes procesā ir

atšķirīgs. Šo atšķirību noteikšana un dažādu līmeņu vadītāju darbību integrēšana stratēģijas izstrādāšanas procesā ir vēl viena svarīga stratēģijas sastāvdaļa.

6. Stratēģija definē ekonomiskus un neekonomiskus labumus tās ieinteresētajām pusēm. Ieinteresēto pušu viedoklis pēdējos gados ir kļuvis būtisks stratēģijas elements. Ieinteresētā puse ir jebkurš, kas tieši vai netieši gūst kādu labumu vai cieš zaudējumus uzņēmuma darbības iespaidā: akciju īpašnieki, darbinieki, vadītāji, klienti, piegādātāji, kreditori, pašvaldības, valdība utt.

Forands definē stratēģiju kā uzņēmuma ilgtermiņa programmu, kuru izstrādā, nosakot misiju, galvenos mērķus, izvērtējot iespējamus ietekmes faktorus, apzinot resursus un metodes [12].

Stratēģijas var arī rasties spontāni pašās organizācijās bez kāda formāla plāna. Henrijs Mincbergs no McGill universitātes norāda, ka stratēģija ir kaut kas vairāk nekā tas, ko organizācija ir nodomājusi vai plāno darīt, tā ir arī tas, ko kompānija patiesībā dara. Viņš raksturo stratēģiju kā "lēmumu sistēmu un darbību virkni", sistēmu, kas radusies no iecerēto stratēģiju īstenotajām darbībām, kā arī no neplānotajām stratēģijām, kas radušās pašas, mainoties ārējās vai iekšējās vides faktoriem [10,15].

Praksē stratēģijas var būt pamatā daudziem dažādiem procesiem, tās var izmantot gandrīz visur, kur vien cilvēkiem ir iespējas un resursi, lai šīs iespējas īstenotu. Iespējams, ka lielākā daļa organizāciju stratēģiju ir plānoto un neplānoto stratēģiju kombinācija. Vadītājiem jāvar ieraudzīt šo neplānoto stratēģiju rašanās procesus un iejaukties, kad nepieciešams, apturot neveiksmīgas neplānotas stratēģijas un atbalstot sekmīgās. Lai pieņemtu šos lēmumus, viņiem jābūt apveltītiem ar spēju pareizi izvērtēt neplānotās stratēģijas, citiem vārdiem sakot, jāprot stratēģiski domāt.

Stratēģijas plānošana ir process, kurā uzņēmums izstrādā iespējamo rīcību un gūst atbildi uz to, kā virzīties tālāk, kāda būs uzņēmuma nākotne.

Stratēģijas analīze palīdz konkretizēt mērķi.

Stratēģiskās vadīšanas procesa mērķis ir dot iespēju organizācijai noteikt, ar ko tā atšķiras no saviem konkurentiem, un radīt savu konkurētspējīgo priekšrocību. Termins „pamata prasme” jeb „atšķirīgā prasme” raksturo tās īpašās spējas, prasmes, tehnoloģijas vai resursus, kas organizācijai jāattīsta tā, lai tās konkurentiem būtu ļoti grūti tos atdarināt. Pamata prasmēs var ietilpt tādas organizācijas spējas kā radoša produktu attīstība, zemas ražošanas izmaksas, nepārspējama kvalitāte vai izcila klientu apkalpošana. Labākajām firmām parasti ir vairākas savā starpā saistītas pamata prasmes, kas kopā veido to konkurētspējīgo priekšrocību [10,16].

Bez stratēģijas vadītājam nav pārdomāta darbības plāna – uzņēmējdarbības ceļveža, kā arī visam uzņēmumam vienota mērķa sasniegšanas programmas.

Dažkārt vadītāji izstrādā labu stratēģiju, bet nespēj to īstenot. Protams, arī laba stratēģija kopā ar prasmīgu īstenošanu vēl nenodrošina rezultātu, jo būtiski ir tas, kā uzņēmumam izdodas izvairīties no kritērijiem un izmaiņām. Tāpēc nepieciešams laiks, lai vadītāji sasniegtu labus rezultātus [13,10].

Vide, kurā organizācija darbojas, arī ietekmē stratēģijas un to veidošanu. Kara mākslā kaujas teritorija var būt tuksnesis, mežs, purvs vai jūra. Biznesa mākslā cīņa par klientiem un peļņu notiek industriālā vidē, kurā organizācijas cenšas iegūt noteiktus tirgus segmentus vai to daļas. Ar katru pirkumu pircējs nosaka, kurš kaujā uzvar vai zaudē. Vairumā nozaru dažādu pircēju vajadzības ir dažādas. Tā, piemēram, restorānu industrijā pircēju vajadzības var būt no iespējas ātri, lēti un ērti paēst līdz pat dārgam, izsmalcinātam ēdienam labos apstākļos; no visdažādākajām nacionālajām virtuvēm līdz veselīgam ēdienam vai arī maltītei par vidēju cenu. Katram no šiem atsevišķajiem segmentiem ir savas raksturīgās konkurences iezīmes, kas arī nosaka segmenta iekšējo vidi [10;16].

Tālāk autors izveido uzņēmuma stratēģiju un apskata SVID stiprās iespējas.

1. Enerģisks uzņēmuma vadītājs nekavējoši reaģē uz konkurentu bezrūpību, izveido reklāmas kampaņu, kas piesaista jaunus klientus.
2. Pieņemot kvalificētu un kompetentu darbaspēku, veicina jaunu, modernu tehnoloģiju pielietošanu.
3. Izdevīgs ģeogrāfiskais stāvoklis:
 - 3.1. Iekarot jaunus klientus.
 - 3.2. Pārdot lielu daudzumu produkta.
 - 3.3. Gūt ieņēmumus un strādāt ar peļņu.
4. Plašs sortiments veicina iekarot jaunus klientus.
5. Stabila vieta tirgū veicina pārdot lielu daudzumu produkta.
6. Laba uzņēmuma reputācija veicina atrast jaunus partnerus ārvalstīs.
7. Pieaugot patērētāju skaitam, uzņēmums gūst ieņēmumus un strādā ar peļņu, iekaro jaunu tirgus daļu un veiksmīgi sedz kreditoru parādus.
8. Kvalitatīvs un dabīgs produkts veicina iespēju iekarot Latvijas un ES tirgu.

Tālāk autors apskata SVID stipros draudus.

1. Enerģisks uzņēmuma vadītājs seko valūtas kursa svārstībām, konkurencei, nelabvēlīgu nodokļu politikai, starpvalstu attiecībām un inflācijas līmenim.

2. Kvalificēts un kompetents darbspēks, jaunu tehnoloģiju pielietošana palielina darba produktivitāti un samazina finansiālo līdzekļu trūkumu.
3. Izdevīgs ģeogrāfiskais stāvoklis samazina konkurenci un izmaksas.
4. Uzņēmums ražo plašu sortimentu, lai nerastos pieprasījuma un naudas trūkums un varētu segt kreditoru parādus.
5. Uzņ. jācenšas iekarot stabilu vietu LV tirgū, lai nerastos finansiālo līdzekļu trūkums.
6. Kvalitatīvs un dabīgs produkts samazina aizstājējprodukta parādīšanos un konkurenci.
7. Patērētāja skaita pieaugums ir atkarīgs no sezonas.

Tālāk autors apskata SVID vājāsiespējas.

1. Lai samazinātu finansiālo resursu trūkumu, uzņēmumam jācenšas iekarot LR un ES tirgus daļas.
2. Reklāmas trūkums samazina iespēju pārdot lielu daudzumu produkcijas un segt kreditoru parādus.
3. Augsta telpu nomas maksa veicina pielietot jaunas tehnoloģijas, lai palielinātu uzņēmuma produktivitāti un strādātu ar peļņu.
4. Telpu trūkums veicina iespēju paplašināt uzņēmumu, pārejot uz jaunām telpām.
5. Pieredzes un iemaņu trūkums samazina jaunu tehnoloģiju pielietošanu, tāpēc jāizglīto darbinieki.
6. Jaunu tehnoloģiju trūkums samazina iespēju iekarot jaunu tirgus daļu, gūt ieņēmumus un strādāt ar peļņu.

Tālāk autors apskata SVID vājos draudus.

1. Finansiālo resursu trūkums var rasties valūtas kursa svārstību rezultātā, tādēļ vadītājam ir pastāvīgi jāseko valūtas tirgum.
2. Reklāmas trūkums palielina pieprasījuma samazināšanos, tādējādi uzņēmumam rodas finansiālo līdzekļu trūkums.
3. Augsta telpu nomas maksa palielina finansiālo līdzekļu trūkumu.
4. Telpu trūkums ir atkarīgs no finansiālo līdzekļu trūkuma.
5. Pieredzes un iemaņu trūkums savā nozarē veicina konkurences attīstību.
6. Jaunu tehnoloģiju trūkums palielina izmaksas un veicina augstāku cenu salīdzinot ar konkurentiem.

Uzņēmumam vajadzētu pieturēties pie stipro iespēju stratēģijas. Pielietojot šo stratēģiju uzņēmumam jācenšas maksimāli izmantot stiprās iespējas un novērst stipros un vājos draudus, tādējādi tas uzlabos savu turpmāko darbību.

Tālāk autors apskata uzņēmuma Makensija matricu.

Makkencija matrica ir instruments SVID analīzes datu apstrādei. Tā ļauj noteikt darbības pievilcību un uzņēmuma konkurētspēju vidējo aritmētisko lielumu veidā.

Šo matricu izveidoja Makkinsejs (McKinsey) pēc firmas General Electric pasūtījuma, tāpēc šī matrica ir pazīstama arī kā General Electric (GE) matrica.

Uz horizontālās ass šajā gadījumā tiek atlikta biznesa vienības konkurētspēja, kas tiek iedalīta trijās kategorijās: spēcīga, vidēja un vāja, un uz vertikālās ass tiek atlikta nozares pievilcība, kas tiek vērtēta kā augsta, vidēja un zema. Deviņu sektoru matrica ļauj daudz precīzāk izvērtēt organizācijas biznesa vienību portfeļa sastāvu.

Izmantojot *GE* matricu, svarīgi ir objektīvi izvērtēt stratēģisko biznesa vienību atrašanos noteiktajā matricas sektorā. Šim nolūkam ir jāizvērtē katra biznesa nozares pievilcība un biznesa konkurētspēja attiecīgajā nozarē. Organizācijas vadība, izvērtējot biznesa vienību portfeli ar *GE* matricas palīdzību, iesaista šajā procesā arī ārējos konsultantus, kas ir dotajā nozarē atzītas autoritātes.

Tālāk autors apskata nozares pievilcības novērtēšanu.

Vērtējot nozares pievilcību, uzņēmuma vadītāji vai pieaicinātie speciālisti veic darbības četros secīgos posmos [11,145]:

1. Vadītāji definē kritērijus, kas nosaka nozares pievilcību. Parasti tie ir svarīgākie nozares rādītāji, tādi kā nozares apjoms, izaugsmes ātrums, kapitāla aprites intensitāte vai konkurences intensitāte. Faktoru kopskaits var būt dažāds, parasti tas svārstās no 5 līdz 15.

2. Lai noteiktu katra faktora relatīvo ietekmi nozarē, tiek izvērtēti faktoru nozīmīguma koeficienti. Šie koeficienti tiek noteikti tā, lai to kopējā summa būtu vienāda ar 1. Nozares izaugsme parasti tiek vērtēta kā vissvarīgākais nozares pievilcības rādītājs, taču svarīga ir arī rentabilitāte un konkurences intensitāte nozarē.

3. Konkrētās nozares pievilcība tiek izvērtēta, ņemot vērā katra faktora lielumu tajā. Var lietot dažādas novērtējuma skalas, piemēram, no 1 līdz 5 vai no 1 līdz 10, kur 1 nozīmē nepievilcīgu nozari, bet 5 vai 10 - ļoti pievilcīgu. Pievilcīga nozare nodrošina uzņēmumu ar iespējām tā mērķu realizēšanai, bet nepievilcīga nozare jāuzskata par draudu.

4. Nozares pievilcība tiek aprēķināta, reizinot katru faktora lielumu ar tā nozīmīguma koeficientu un pēc tam saskaitot kopā visus iegūtos rezultātus. Šos lielumus var atlikt uz vertikālās ass kā robežpunktus.

Uzņēmuma konkurētspēja tiek aprēķināta, reizinot katru faktora lielumu ar tā nozīmīguma koeficientu un pēc tam saskaitot kopā visus iegūtos rezultātus. Šos lielumus atliek uz horizontālās ass kā koordinātes katras stratēģiskās biznesa vienības pozīcijai *GE* matricā.

SIA „Vinnis” Makkensija matricas rādītāju analīze

koeficientos [51;39,190]

Kritēriji	Nozīmīguma koef.	Vērtējums (1-5)	Svērtais vērtējums
Uzņēmuma konkurētspējas vērtējums			
Preču kvalitāte	0,3	4	1,2
Sortiments	0,3	4	1,2
Dizains	0,1	3	0,3
Cena	0,2	3	0,6
Reklāma	0,1	2	0,2
Kopā:	1	16	3,5
Nozares pievilcības vērtējums			
Tirgus izpausme	0,25	3	0,75
Pelnītspēja	0,25	4	1
Aprites ātrums	0,2	3	0,6
Konkurences pakāpe	0,2	4	0,8
Valsts politika	0,1	2	0,2
Kopā:	1	16	3,35

Autors izvēlējās koeficientus pēc saviem ieskatiem.



3.3.2. att. SIA “Vinnis” Makkensija matrica [51]

Autors ir izpētījis uzņ. koncepciju un nozari tirgus daļā, kurā uzņ. darbojas, ieliekot rādītājus Makensija matricā (3.3.2. att.), tā var analizēt uzņēmuma stratēģiju. Uzņēmumam ir vidējais bizness, tas nozīmē, ka banka var dot kredītu, bet tai jāizvērtē iepriekšējās kreditoru saistības, pašu kapitāla, aizņemtā kapitāla attiecības un gada tīro peļņa.

“Vinnis” ir tuvu “uzvarētāju” robežai, lai sasniegtu šo stadiju, tam ir jāuzlabo iekšējās priekšrocības.

Uzņēmuma iekšējās priekšrocības konkurences cīņā ir augsta kvalitāte, plašs sortiments, liels pieprasījums. Uzņēmumam jāseko līdzi patērētāju vēlmēm un vajadzībām, tādēļ tam ir jāizstrādā jauna dizaina, degustāciju, reklāmas un cenu atlaižu programma, lai patērētāju vidū uzņēmuma produkcija būtu populāra un pieprasīta.

Tālāk autors apskata Bostonas matricu.

Viena no vispazīstamākajām biznesa vienību portfeļa plānošanas matricām ir tā sauktās attīstības daļas jeb Bostonas matrica. Šo matricu 1967. gadā izstrādāja Bostonas konsultatīva grupa (Boston Consulting Group, BCG), kas specializējās stratēģiskajā plānošanā, lai palīdzētu organizāciju augstākajiem vadītājiem noteikt stratēģisko biznesa vienību naudas plūsmas nosacījumus un lai tie varētu noteikt, vai ir jāmaina biznesa vienību kombinācija organizācijā [10,142].

Pēc Bostonas matricas aprēķina [13,186]:

1. tirgus tempa izaugsmi, salīdzinot divus pēdējos gadus, bet ja salīdzina vairākus gadus, tad aprēķina vidējo tempu;
2. tirgus nosacīto daļu aprēķina kā uzņēmuma produkta daļu tirgū attiecībā pret galvenā konkurenta daļu.

Uz horizontālās ass tiek atlikta analizējamās biznesa vienības relatīvā tirgus daļa un uz vertikālās ass nozares, kurā darbojas stratēģiskā biznesa vienība, relatīvais pieauguma ātrums.

Relatīvā tirgus daļa ir stratēģiskās biznesa vienības tirgus daļas attiecība pret uzņēmumu, kam ir vislielākā tirgus daļa.

Ja stratēģiskajai biznesa vienībai ir liela tirgus daļa, tad tā var ievērojami samazināt izmaksas, gūstot labumu no ekonomijas uz apjoma rēķina.

Nozares, kurā darbojas stratēģiskā biznesa vienība, relatīvais pieauguma ātrums tiek noteikts atkarībā no tā, vai nozare attīstās ātrāk vai lēnāk par visas ekonomikas vidējo attīstības tempu, ko parasti pieņem par robežu starp strauju un lēnu attīstības ātrumu. Ja stratēģiskā biznesa vienība darbojas nozarē, kas strauji attīstās, tad tās konkurences vide ir labvēlīgāka nekā tad, ja tā darbotos nozarē ar lēnu attīstības tempu.

Matrica ir sadalīta četros sektoros, un biznesa vienībām (jeb produktiem), kas atbilst katram no sektoriem, tiek piešķirti biznesa žargonam atbilstoši vārdi: „zvaigznes”, „jautājuma zīmes”, „naudas govīs” un „suņi”. Uz šādas matricas atsevišķas biznesa vienības parasti attēlo aplū veidā, kur katra aplū laukums ir proporcionāls apgrozījumam visas organizācijas ietvaros.

Biznesa vienības raksturojumu uzskatāmi var saistīt ar tās produkta dzīves ciklu. Sākuma posmā, kad produkts tikko ir izveidots un tā ražošana ir uzsākta, tirgus apjoms pieaug, bet tirgus daļa vēl ir neliela, nav skaidra tālākā produkta vai biznesa vienības perspektīva. Uz

tādu biznesu pamatoti attiecināms „jautājuma zīmes” statuss, jo tā tālākā attīstība ir atkarīga no daudziem faktoriem, tanī skaitā arī no tā, vai organizācija varēs investēt nepieciešamos līdzekļus ražošanas attīstībai, reklāmai un tirgus daļas iekarošanai.

Vadītāju pūles šajā attīstības stadijā jāveltī tirgus paplašināšanai. Tas vienlaikus ir saistīts arī ar ražošanas paplašināšanu, taču galvenais vadītāju uzdevums parasti ir tieši tirgus iekarošana, lai visu saražoto produkciju varētu pārdot un lai tiktu izmantotas ražošanas jaudas. Paplašinot ražošanu, uzņēmums var vienlaikus paplašināt arī savu tirgus daļu, nokļūstot „zvaigznes” statusā.

Taču tas iespējams tikai tad, ja uzņēmuma ražošanas pieaugums pārsniedz vidējo nozares pieaugumu un visa saražotā produkcija tiek pārdota. Ja uzņēmuma ražošanas jaudu pieaugums ir zemāks par vidējo pieaugumu nozarē, tad business tā arī paliek „jautājuma zīmes” statusā, neiegūstot pietiekamu konkurētspēju, un to pastāvīgi var apdraudēt konkurenti. Tāpēc šajā etapā svarīgi ir investēt nepieciešamos līdzekļus, lai panāktu ātru ražošanas jaudu pieaugumu un tirgus daļas palielinājumu.

Sasniedzot „zvaigznes” statusu, iegūstot būtisku tirgus daļu nozarē, kas strauji attīstās, un turpinot ražošanas jaudu paplašināšanu, uzņēmums var kādu laiku saglabāt šo stāvokli. Tas iespējams, ja kopējais tirgus apjoms turpina pieaugt un nav sevišķi intensīvas konkurences. Šajā periodā ārējās investīcijas var samazināt, taču visa peļņa parasti tiek investēta ražošanas un tirgus paplašināšanai. Uzņēmumam šajā stadijā jācenšas sasniegt iespējami lielāku tirgus daļu, lai uzlabotu savu konkurētspēju un peļņas iespējas nākotnē.

Pāriešana „naudas govs” statusā parasti ir saistīta ar uzņēmuma ražošanas pieauguma apstikumu. Tam var būt vairāki iemesli. Visbiežāk tas notiek līdz ar tirgus stagnāciju, kad tirgus pieprasījums pēc dotā produkta jeb pakalpojuma vairs nepieaug. Var arī gadīties, ka saasinājusies konkurence un jaunu ienācēju spiediens prasa arvien lielākus līdzekļus tirgus barjeru veidošanai un uzturēšanai, reklāmai un jaunu klientu piesaistīšanai. Tas var būt arī iekšējo attīstības īpatnību rezultāts, kad visas esošās ražošanas jaudas ir efektīvi izmantotas un nepieciešamas lielas investīcijas jaunas tehnoloģijas ieviešanai, jaunu ražotņu būvei un dārgu darbagaldu iegādei.

Šādā situācijā organizācijai nav pārliecības, ka tirgus pieprasījums turpinās pieaugt un jaunizveidotās ražošanas jaudas tiks efektīvi izmantotas. Ātri mainīga pircēju pieprasījuma apstākļos uzņēmuma vadība var izšķirties par labu piesardzīgākai stratēģijai, maksimāli efektīvi izmantojot esošās ražošanas jaudas, veidot jaunu, perspektīvāku produktu vai produktu grupu, ieguldot līdzekļus modernas ražotnes izveidošanā un tirgus nodrošināšanā. Jo lielāku tirgus daļu ir iekarojis uzņēmums „zvaigznes” stadijā, jo lielāka būs tā tirgus daļa, kad tas būs stabilizējies

ražošanas apjomu un nokļuvis „naudas govīs” statusā. Tā kā šajā stadijā līdzekļi ražošanas paplašināšanai un tirgus iekarošanai nav jātērē, uzņēmumam paliek lielākā peļņas daļa, ko tas var izmantot jaunu produktu izstrādāšanai, to ievadīšanai tirgū.

Zaudējot aktīvākajiem konkurentiem tirgus daļu vai uzņēmumam sašaurinot ražošanu, tas nokļūst „suņa” sektorā. Šajā stadijā peļņa, ko organizācija gūst no nemoderna biznesa, pakāpeniski samazinās, un aktuāls kļūst jautājums par tā tālāko likteni. Vadītājiem ir trīs izvēles iespējas:

1) izmantot tā saucamo ražas ievākšanas stratēģiju, kad uzņēmums turpina darboties un gūt peļņu arī no mazas tirgus daļas. Tā kā šajā stadijā ražošana parasti ir optimizēta, personāls apmācīts, iekārtas remontī un modernizācija, reklāma un klientu piesaistīšana neprasa lielus izdevumus, tad uzņēmums var gūt peļņu vēl ilgākā laika periodā;

2) tikt vaļā no šāda uzņēmuma, pārdodot to konkurentiem par daudz maz pieņemamu cenu;

3) pārtraukt ražošanu un pārstrukturēt esošo ražotni citam biznesam;

Šajos procesos iegūtos līdzekļus organizācija var investēt jaunu produktu attīstībā un to tirgus daļas palielināšanā.

Bostonas matricas izmantošanas galvenais mērķis ir noteikt to, kā organizācijas var vislabāk izlietot savus finansiālos resursus, lai nodrošinātu attīstību un rentabilitāti. Bostonas konsultantu grupa iesaka šādas darbības:

- nauda, kas iegūta no „naudas govīm”, ir jāizlieto izvēlēto „jautājuma zīmju” pārvēršanai par „zvaigznēm”. Ilgtermiņa mērķis ir „zvaigžņu” konkurētspējas nostiprināšana;
- ir jāatbrīvojas no neperspektīvām „jautājuma zīmēm”, lai samazinātu pieprasījumu pēc organizācijas naudas resursiem;
- organizācijai ir jāaiziet no nozarēm, kurās tās stratēģiskās biznesa vienības ir „suņi”.
- ja organizācijai nav pietiekamā daudzumā „naudas govju”, „zvaigžņu” vai „jautājuma zīmju”, tad tai ir jādomā par biznesa vienību apvienošanu vai likvidēšanu, lai izveidotu sabalansētu biznesa vienību portfeli. Portfelī ir jābūt pietiekamā daudzumā „zvaigžņu” un „jautājuma zīmju”, lai nodrošinātu attīstību un peļņas iespējas, kā arī „naudas govju”, lai nodrošinātu „zvaigznēm” un „jautājuma zīmēm” finansiālu atbalstu.

Pēc autora domām, modelis ir pārāk vienkāršs. Stratēģisko biznesa vienību novērtēšana, izmantojot tikai divus faktoros, var būt kļūdaina, jo praksē ir jāņem vērā arī citi ne mazāk

svarīgi faktori. Kaut gan tirgus daļa neapšaubāmi nosaka stratēģisko biznesa vienību konkurētspēju, uzņēmumi var palielināt savu konkurētspēju, diferencējot to produktus, lai apkalpotu kādu sevišķu tirgus segmentu jeb nišu. Uzņēmējdarbība, kurai ir maza tirgus daļa, var būt ļoti rentabla un tai var būt liela konkurētspēja atsevišķos tirgus segmentos.

Saistība starp izmaksām un relatīvo tirgus daļu nav tik tieša, kā tas izriet no Bostonas matricas. Liela tirgus daļa ne vienmēr dod uzņēmumam iespēju samazināt izmaksas.

Liela tirgus daļa lēni augošā nozarē vienmēr nenodrošina lielu pozitīvu naudas plūsmu, kas ir raksturīga naudas govīm. Atbilstoši Bostonas matricai firmas General Motors automobiļu ražošanas stratēģiskā biznesa vienība ir „naudas govs”, jo tai ir liela tirgus daļa lēni augošā nozarē. Tomēr, tā kā uzņēmumam, lai saglabātu konkurētspēju nozarē, ir nepieciešamas lielas investīcijas, tad drīzāk spēkā ir pretējais. Lēni attīstošās nozarēs bieži ir vērojama intensīva konkurence, un, lai to izturētu, ir nepieciešami ievērojami naudas ieguldījumi [10,142].

Tirgus pieauguma tempi	augsti	Zvaigznes 3 2	Jautājuma zīmes 4
	zemi	Naudas govis 1	Suņi
		augsta	zema
Uzņēmuma tirgus daļa			

3.3.3. att. SIA “Vinnis” Bostonas matrica 2009. gadā [51]

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” medus tirgus daļu.

3.3.2. tabula

Uzņēmuma tirgus daļa 2009. gadā Latvijā [51]

Nr.p.k.	Sortimenta grupas	Tirgus daļa %
1.	Dabīgais medus	8,0
2.	Medus delikateses	6,2
3.	Medus piedevas	3,6
4.	Pirts medus	3,2
Kopā:		21

Bostonas matrica sastāv no četrām stadijām: “jautājumu zīmes”, “zvaigznes”, “naudas govīs”, “suņi”.

Pirmo sortimentu grupa ir “naudas govīs”. Tā raksturojas ar produkta ražošanas pieaugums samazināšanos, uzņēmuma stratēģija ir maksimāli efektīvi izmantota, uzņēmuma tirgus daļa būs tik liela, cik tā būs iekarota “zvaigznes” stadijā. Naudu, kas iegūta no naudas govīm uzņēmums iegulda jautājuma zīmju pārvēršanai par “zvaigznēm”, šajā gadījumā tas ir pirts medus.

Otro, trešo sortimentu grupa ir “zvaigznes stadijā”, tas nozīmē, ka produkts ieguvīs augstu tirgus daļu nozarē, kas attīstās, produkta apjoms turpina augt un nav intensīvas konkurences, jo Latvijā uzņēmums ir vienīgais medus pārstrādātājs ar tik lielu sortimentu klāstu. Daļu peļņas uzņēmums investē tirgus paplašināšanai.

Ceturto sortimentu grupu uzņēmums izstrādājis 2007. gadā, tāpēc tas ir “jautājumu zīmes” stadijā. Pamazām tirgus apjoms pieaug, bet tirgus daļa vēl ir neliela un nav skaidra tālākā produkta perspektīva. Uzņēmums investē nepieciešamos līdzekļus ražošanas attīstībai.

Līdz šim brīdim uzņēmuma produkcijas apjomi nedaudz pieaug vai ir konstanti visām sortimenta grupām.

No uzņēmuma dibināšanas brīža neviena sortimenta grupa nav sasniegusi “suņu”stadiju. Skatīties 3.3.3. attēlu.

“Suņiem” raksturīgs, ka uzņēmums sašaurina ražošanu vai zaudē aktīviem konkurentiem, peļņa pakāpeniski samazinās, uzņēmums var kādu laiku turpināt ražot produktu, gūstot peļņu arī no mazas tirgus daļas. Uzņēmums šādā stadijā nav un veiksmīgi darbojas medus tirgū.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” Pozīcijas krustu.

3.3.3. tabula

Medus pārstrādes uzņēmumu pozīcijas krusta analīze
ballēs 2008. gadā [51]

Kritērijs	1. SIA "VINNIS"	2.SIA "DEIVA "	3. SIA "HAR"
Produkta cena 35%	4	4	3
Produkta kvalitāte 35%	5	4	4
Produkta marka 30%	5	4	3
Kopā: 100%	4,65	4	3,35

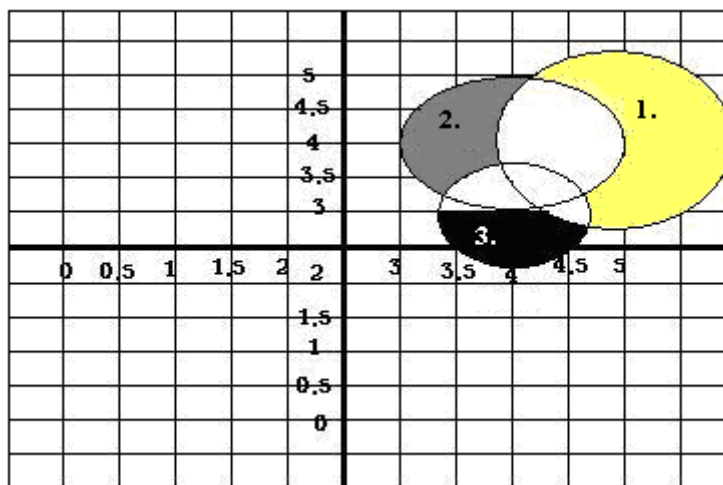
Autors izvēlējās kritērijus pēc saviem ieskatiem un procentuālo sadalījums.

1 balle - ļoti maza cena un kvalitāte,

2 balles - maza cena un kvalitāte,

3 balles - vidēja cena un kvalitāte,

4 balles - augsta cena un kvalitāte,
 5 balles - ļoti augsta cena un kvalitāte.



3.3.4. att. SIA “Vinnis” pozīcijas kruta rezultātu apkopojums attēlā [51]

SIA „Vinnis” pārkļājas ar SIA „Deiva” un SIA “Har” tirgu, tas nozīmē, ka konkurents strādā ar tiem pašiem patērētājiem. Ja „Vinnis” grib plānot savu darbību, tad jāņem vērā konkurenta darbības tirgus. „Vinnis” ir medus tirgus līderis un viņš ir pretendents uz šo vietu Latvijas tirgū. Šie uzņēmumi ir savstarpēji konkurenti, bet SIA „Har” ir nedaudz mazāks konkurents par SIA “Deiva”. Uzņēmumam jāizstrādā produkcijas attīstības pasākumi, reklāmas, akcijas, degustācijas, lai iekarotu lielāku daļu patērētāju, tādejādi cīnītos pret konkurenci. Sīkāku konkurentu aprakstu skatīt 3.2. nodaļā.

Tālāk autors apskata SIA “Vinnis” uzņēmuma riska faktorus.

Risks ir ikdienas faktors gan fiziskām personām, gan uzņēmējiem. Jebkura uzņēmējdarbība ietver sevī zināmus iekšējos riska faktorus. Iespējami arī ārējie nelabvēlīgie faktori: dabas stihijas, ugunsgrēks, bezdarbs, inflācija, valūtas kursa maiņa, transporta sistēmas pārtraukumi utt. [41,152].

3.3.4. tabula

Uzņēmuma riska analīze ballēs 2009. gadā [51]

Riska veidi	Notikums	Iestāšanās varbūtība	Pasākumi, lai to mazinātu
1	2	3	4
Finansionālais risks	1) Inflācija,	3	Rezerves fonda veidošana un tā izmantošanas plānošana.
	2) Valūtas kursa svārstība,	2	
	3) Neplānoti izdevumi.	2	
Planotā biznesa izmaiņu risks	1) Debitoru un piegādātāju nedisciplinētība,	2	Kvalificētu juristu izvēle, rūpīga piegādātāju izvēle.
	2) Piegādātāju vai partneru zaudējumi.	3	

3.3.4. tab. turpinājums

1	2	3	4
Tirgus risks	1) Neparedzētas medus cenu izmaiņas.	4	Nepārtraukti pētīt medus tirgu, sekot konkurentu darbībai, medus cenu un izejvielu svārstībām.
	2) Jaunu konkurentu parādīšanās.	3	
	3) Medus pieprasījuma samazināšanās.	4	
Ražošanas risks	1) Neparedzētas izmaksas ražošanas procesā.	3	Pareiza ražošanas nozares izvēle, sekot līdzi ražošanas tehnikai, pārbaudīt iepirkto izejvielu kvalitāti un uzlabot vai iegādāties jaunu ražošanas tehniku.
	2) Atšķirības kvalitātē.	3	
	3) Augu un bišu slimības.	5	
	4) Novecojuši tehnika.	4	
Cilvēka faktoru risks	1) Uzņēmuma darbinieku saslimšana.	3	Paredzēt darbinieku aizstājējus, veidot spēcīgu darbinieku "komandu", meklēt jaunus un uzticamus sadarbības partnerus.
	2) Darbinieku bezatbildība.	2	
	3) Partnera negodīgums.	2	
Risks valsts politikā	1) Nelabvēlīgas nodokļu izmaiņas.	3	Daļu līdzekļu ieguldīt vērtspapīros, ātri realizējamos, veidot rezerves fondu.
	2) Attiecību pasliktināšanās ar citu valsti.	2	
Dabas apstākļu risks	1) Plūdi.	1	Apdrošināšana, zibens novedējs, dzēšamie aparāti, rezerves fonds.
	2) Sausums, mītrums.	5	
	3) Dabas stihijas.	1	
	4) Ugunsgrēks.	2	

Visaugstākā riska pakāpe tiek piešķirta bišu slimībām un nelabvēlīgiem laika apstākļiem, ja sāktos masu bišu saslimšana vai lietaina vasara, tad medus cenas strauji pieaugtu.

Kā nākamais lielākais riska faktors, kas novērtēts ar 4 ballēm, ir straujā medus cenu palielināšanās, kas samazina ieņēmumus un pieprasījumu. No šīs riska stadijas ir grūti izkļūt, kāds var aiziet no tirgus. Nauda ir jāiegulda uzņēmuma un produkcijas popularizēšanā, lai izvairītos no šī riska. Uzņēmumam laikus ir jāmeklē jauni sadarbības partneri, lai vajadzības gadījumā nekavējoties mainītu sadarbības partnerus.

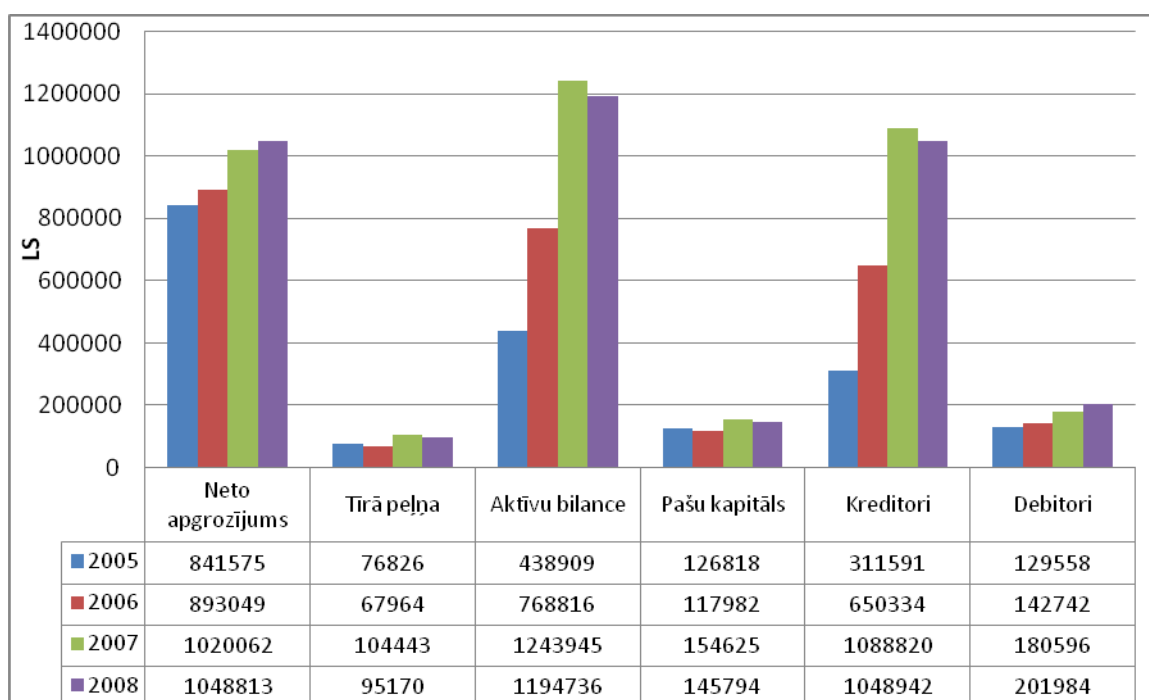
Kā trešais riska faktors, kas novērtēts ar 4 ballēm, ir ražošanas tehnika, kas var iziet jebkurā brīdī no ierindas un apstādināt darbību. Lai cīnītos pret šo risku, ir jāizveido rezerves kapitāls neparedzētiem izdevumiem. Darba beigās pārbaudīt tehniku, lai savlaicīgi varētu novērt nepilnības.

Inflācijas dēļ var samazināties pirktspēja.

Eksportējot produktu uz citām valstīm, var zaudēt uz valūtas svārstībām.

Valsts ir privātā sektora regulējošais, aizsargājošais un vadošais posms. Šī loma izpaužas subsīdiju, nodokļu atvieglojumu, juridiskās kontroles formā. Svarīgi saprast to, ka valsts var ietekmēt uzņēmējdarbību ierobežojuma vai aizlieguma veidā. Valsts iestādes var anulēt medus ražošanas licenci, ja uzņēmums nenovērš atkārtoti konstatētos pārkāpumus. Pasliktinoties starptautiskajām attiecībām, uzņēmumam var rasties dažādas grūtības, piemēram, ar izejvielu piegādāšanu.

Tālāk autors apskata SIA "Vinnis" attīstības dinamiku.



3.3.5. att. Uzņēmuma attīstības dinamika no 2005. – 2008. gadam [41]

Pēc attēla var secināt, ka neto apgrozījums katru gadu pieaug. Tas saistīts ar produkta sortimenta pieaugumu, jaunu produktu grupu iepludināšana tirgū.

Peļņa un pašu kapitāls 2008. gadā samazinās. Tas ir saistīts ar liela kredīta paņemšanu un % maksājumiem.

2008. gadā kreditoru saistības samazinās, bet autors uzskata, ka tik mazam uzņēmumam ir pārāk liels kreditoru finansējums (1 048 942 Ls). Pašu kapitāls ir 7,2 reizes mazāks nekā aizņemtā. Tīrā peļņa ir 11 reizes mazāka par kreditoru parādiem uz 2008. gadu.

Autors uzskata, ka uzņēmums ir rīkojies neapdomīgi un pārgalvīgi, veicot tik lielas kredītsaistības. Ekonomiskā situācija un pieprasījuma kritums visā pasaulē 2010. gadā uzņēmumam var radīt zaudējumus, un pastāv liels risks bankrotēt.

Tālāk autors apskata SIA "Vinnis" turpmāko attīstību.

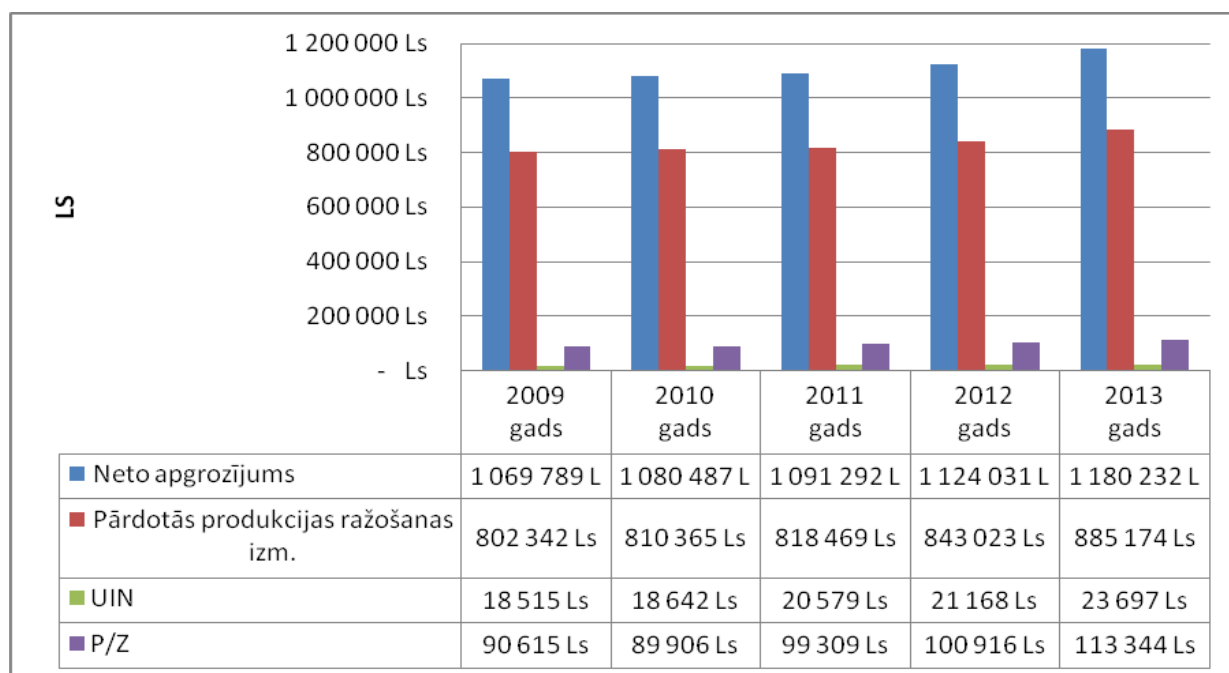
3.3.5. tabula

Uzņēmuma prognozes novērtējums no 2009. – 2013. gadam Ls [51]

P/Z APRĒĶINS	Prognozējamie rādītāji				
	2009 gads	2010 gads	2011 gads	2012 gads	2013 gads
1	2	3	4	5	6
Neto apgrozījums	1 069 789 Ls	1 080 487 Ls	1 091 292 Ls	1 124 031 Ls	1 180 232 Ls
Pieaugums %	2%	1%	1%	3%	5%
Pārdotās produkcijas ražošanas izm.	802 342 Ls	810 365 Ls	818 469 Ls	843 023 Ls	885 174 Ls
Pieaugums %	75%	75%	75%	75%	75%

3.3.5. tab. turpinājums

1	2	3	4	5	6
Bruto peļņa / zaudējumi	267 447 Ls	270 122 Ls	272 823 Ls	281 008 Ls	295 058 Ls
Pieaugums %	25%	25%	25%	25%	25%
Pārdošanas izm.	149 770 Ls	162 073 Ls	163 694 Ls	168 605 Ls	177 035 Ls
Pieaugums %	14%	15%	15%	15%	15%
Administrācijas izd.	64 187 Ls	64 829 Ls	65 478 Ls	78 682 Ls	82 616 Ls
Pieaugums %	6%	6%	6%	7%	7%
Pārējās uzņ. saimnieciskās darbības izm.	28 997 Ls	37 695 Ls	49 004 Ls	63 705 Ls	82 817 Ls
Pieaugums %	30%	30%	30%	30%	30%
Pārējie uzņēmuma saimn. darbības ieņ.	164 083 Ls	196 900 Ls	236 280 Ls	283 536 Ls	340 243 Ls
Pieaugums %	20%	20%	20%	20%	20%
Pārējie % un tamlīdzīgi ieņ.	295 Ls	384 Ls	499 Ls	648 Ls	843 Ls
Pieaugums %	30%	30%	30%	30%	30%
% maksājumi	65 438 Ls	78 526 Ls	94 231 Ls	113 078 Ls	135 693 Ls
Pieaugums %	20%	20%	20%	20%	20%
P/Z pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem	123 433 Ls	124 281 Ls	137 195 Ls	141 122 Ls	157 983 Ls
UIN	18 515 Ls	18 642 Ls	20 579 Ls	21 168 Ls	23 697 Ls
Pārējie nodokļi	14 303 Ls	15 734 Ls	17 307 Ls	19 038 Ls	20 941 Ls
Pieaugums %	10%	10%	10%	10%	10%
P/Z	90 615 Ls	89 906 Ls	99 309 Ls	100 916 Ls	113 344 Ls



3.3.6. att.uzņēmuma attīstības prognoze no 2009. – 2013. gadam Ls [51]

Autors ir izstrādājis uzņēmuma prognozi no 2009. – 2013. gadam. Skatīt 3.3.5. tabulā. Ņemot vērā ekonomisko krīzi un pieprasījuma samazināšanos, autors ir pieņēmis, ka neto pieaugums svārstās no 1 – 5% pret iepriekšējo gadu. Tiek prognozēts, ka ekonomiskais stāvoklis sāks atveseļoties uz 2011. gada beigām un apgrozījums sāks pieaugt.

Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas katru gadu palielināsies par 75%, tas ir ievērojams skaitlis, kas samazinās peļņu un saistīts ar resursu – (elektrības, gāzes, naftas, izejvielu, darbaspēka algas) pieaugumu.

Pārdošanas izmaksas ik gadu varētu pieaugt par 14 - 15 %.

Ar katru gadu administrācijas izmaksas pieaugs par 6 – 7 % gadā.

Analizējot iepriekšējos gadus, uzņēmums visai neapdomīgi palielina saistības, tāpēc tiek pieņemts, ka % maksājumi ik gadu pieaug par 20 %.

Peļņas pieaugums no 2009. – 2013. gadam pieaugums varētu svārstīties, 2010. gads tiek prognozēts kā vissliktākais.

Turpmākos 4 gadus uzņēmums strādās ar peļņu.

SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

1. 1933. gadā Latvijā tika sasniegts lielākais bišu saimju skaits - 222 890, kas bija noticis, pateicoties veiksmīgai valsts politikai. 2009. gadā bišu saimju skaits bija par 84% mazāks - 35 273, kas apdraud Latvijas biškopības turpmāko pastāvēšanu.

Latvijas laukos dzīvojošiem iedzīvotājiem, kam nav darba, jāpievērš lielāka uzmanība biškopībai, tādējādi varētu veidot jaunas darbavietas un nodrošinātu Latvijas medus tirgu tikai ar vietējo medu.

2. Latvijā nektāraugu resursi netiek izmantoti pilnībā, lai gan pie mums ir iespējams turēt pat 250 tūkstošus saimju. 2009. gadā bija 35 273 bišu saimes, jeb tika izmantots tikai 14,1 % no nektāraugu barības bāzes.

Biškopjiem jāpalielina bišu saimes, jānodrošina visas barības bāzes izmantošana.

3. Patreiz, netiek pievērsta pietiekama uzmanība biškopja profesijas apgūšanai. Latvijā eksistē tikai viena Vecbebru biškopības un dārzkopības skola, kas dibināta 1922. gadā; tajā joprojām mācās jaunie biškopības nozares darbinieki.

Zemkopības ministrijai jāpiešķir papildus līdzekļi lauksaimniecības tehnikumiem, kur var apgūt biškopību, lai pētītu nozari, selekcionētu jaunas bišu sugas un radītu jaunus produktus.

4. Dažādos avotos uzrādītais bišu saimju skaits atšķiras, tas saistīts ar dažādiem atskaites periodiem. Vasarā bišu saimes tiek dalītas, veidojas jauni spieti, bet rudenī pirms ziemošanas tās tiek apvienotas. Atskaites periods 2007. gada 1. jūnijs - 77,2 tūkstoši saimju, bet 2007. gada 31. decembrī 52000 saimju.

CSP un Zemkopības ministrijai jāapkopo un jāapstrādā statistikas dati par biškopību, ņemot par pamatu vienotu metodiku un atskaites periodu.

5. Informācija par biškopību bieži vien nav precīza, kāda tā varētu būt bijusi, ja tiktu organizēta speciāla novērošana, jo ne visi biškopji nes paraugus un reģistrējas veterinārajās klīnikās, jo viņiem trūkst motivācijas uzrādīt savas dravas patieso lielumu.

Zemkopības ministrijai vajag rūpīgāk un precīzāk pievērsties šai problēmai un precīzāk apkopot statistikas datus par dzīvnieku skaitu Latvijā. Vēlams organizēt speciālas novērošanas vai uzskaites.

6. Latvijas biškopji gadā saražo vidēji 600 – 800 tonnu medus. Savukārt no citām valstīm tiek ievests vidēji 150 – 300 tonnu medus gadā. Latvijas medus pieprasījums vidēji gadā svārstās no 1000 – 1200 tonnām medus. Latvijas biškopji nenodrošina ar medus pieprasījumu vietējo tirgu.

2009.gadā no ES dalībvalstīm tika ievestas 30,09 tonnas medus. Imports no trešajām pasaules valstīm 2009. gadā sasniedza 182, 7 t medus.

Zemkopības ministrijai jāstimulē vietējie biškopji, subsidējot šo nozari ar piemaksām par katru ievāktu medus kilogramu.

Lai atbalstītu Latvijas biškopjus, pārtikas veterinārajam dienestam jāievieš stingrākas prasības importa medum, jāpalielina prasības medus tīrībai no kaitīgām vielām.

Latvijas biškopjiem jāpalielina ražošanu, lai apmierinātu visu Latvijas tirgu un ierobežotu importa medus ieplūšanu un jāoptimizē ražošanas izmaksas.

7. Vidēji no viena stropa gadā var iegūt 18 - 25 kg medus, labākajos gados — pat līdz 40 kg, jo nektāraugu ievākšanas sezona ilgst tikai 5 mēnešus.

Vecbebru skolai jāselekcionē jaunas bišu sugas, kas nestu lielāku medus ienesumu - no 25 - 40 kg gadā, kas izturētu Latvijas sausās vai mitrās vasaras un nebūtu agresīvas.

Latvijas biškopjiem jāmeklē tādas bišu sugas, kas ienes vairāk medus 5 mēnešu ievākšanas sezonā. Tādas jāmeklē Skandināvijas valstīs, jo tur vasaras ir līdzīgas Latvijas vasarām.

8. Lielākos ekonomiskos zaudējumus dravā var nodarīt slimības vai kaitēkļi. Atsevišķas slimības, kā peru puves, varatoze, nodara dravai zaudējumus pat par 30 - 80%, un, ja tās neārstē, tad bites var aiziet bojā pavisam.

Biškopjiem un pārtikas veterinārajam dienestam jāpievērš lielāka kontrole bišu saimju apsekošanai.

Zemkopības ministrijai vajadzības gadījumā jāpiešķir biškopim līdzekļi bišu slimību apturēšanai un ārstēšanai.

9. Medus patēriņš Latvijā periodā no 2006. – 2009. gadam pieaudzis no 242 līdz 400 gramiem uz vienu iedzīvotāju.

Laikrakstos, žurnālos un interneta mēdījos vairāk jāinformē patērētāji par medus dziednieciskajām un ārstnieciskajām spējām.

10. Vidēji no vienas bišu saimes 2009. gadā tika ievākti 18 – 25 kg medus. Mājsaimniecības aizņēma 40,1%, bet profesionālie biškopji 59,9 % no kopējā saimju skaita sadalījuma. 2009.gadā iegūtā medus daudzums 631 000 kg, kas ir par 57 103 kg jeb – 8,3 % mazāk, salīdzinot ar 2008. gadu.

Tieši nestabilas ekonomikas apstākļos biškopjiem vairāk jāražo vietējais medus, lai ierobežotu importa medu.

11. Medus tirdzniecības bilance Latvijā 2009. gadā bija negatīva – 244800 Ls. Medus eksporta apjomi 2008. gadā 3,2 t, lielākie apjomi tika eksportēti uz Igauniju, Vāciju, Lietuvu, savukārt 2009.gadā medus vispār nav eksports.

Latvijas medus pārstrādes uzņēmumam jāmeklē noieta tirgi ES un NVS valstīs, kas palielinās medus eksportu.

12. 2008. gadā tika saražots 688 103 kg vietējā medus. Gada beigās nepārdotais medus daudzums sasniedz 195 644 kg. Biškopji savām vajadzībām nepatērē tik daudz medu, daļa tiek pārdota, tā netiek uzskaitīta un par to nav maksāti nodokļi.

Valsts ieņēmumu dienestam jākontrolē biškopji, ievāktais un pārdotais medus daudzums, lai tiktu maksāti nodokļi valsts kasē.

13. Vidējā medus cena Latvijā 2009. gadā bija no 2.80 – 5.00 Ls/kg jeb par 29,6 % augstāka nekā 2008.gadā. Medus cenas sadārdzinājumu 2009.gadā izraisīja medus ievākuma kritums.

Piemāju biškopjiem jāpalielina saimju skaits līdz 50 saimēm saimniecībā, lai varētu nodrošināt Latvijas iekšējo medus tirgus pieprasījumu un spētu konkurēt ar importa medu.

14. Latvijā 2008. gadā medus vidējā pārdošanas cena 3,04 eiro/kg bija par 8 % zemāka nekā ES, (tur medus vidējā cena 3,31 eiro/kg). ES valstu vidēji medus pārdošanas cena 2008. gadā bija pieaugusi par 6%, salīdzinot ar 2007.gadu (par 0,19 eiro/ kg).

SIA „Vinnis” jāpēta medus cenas ES un NVS valstīs, ja tās ir augstākas par Latvijas medus cenām, tad uzņēmumam jāeksportē uz tām.

15. Pēc "MKC" tirgus pētījuma datiem, SIA "Vinnis" realizētā medus īpatsvars no kopējā medus realizācijas Latvijā, kurā ietilpst Latvijas biškopju ievāktais un importētais medus kopā, 2008. gadā bija 21%. Savukārt SIA "Vinnis" medus realizācijā mazumtirdzniecības tīklos un sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumos bija 63%.

SIA „Vinnis” jācenšas iekarot kopējais Latvijas medus realizācijas tirgus līdz 50%.

16. SIA „Vinnis” trūkst reklāmas.

Uzņēmumam jāveido reklāmas kampaņa, kas palīdzētu popularizēt uzņēmuma nosaukumu un tā produkciju. Uzņēmums jāpublicējas interneta portālā www.diena.lv, 120 x 600 mm, ekspozīciju skaits darb dienā 38 000, brīvdienās 22 000 skatījumu. Uzņēmuma reklāmas izmaksas mēnesim sasniegtu ap 360 Ls, publicējot reklāmu nedēļā divas reizes, vienu - darb dienā un otru - brīvdienā.

17. Uzņēmuma kopējās izmaksas 2008. gadā sastādīja 1 071 713 Ls, salīdzinot ar iepriekšējo gadu tās palielinājās par 132 566 Ls jeb 12,37 %.

Uzņēmumam SIA „Vinnis” jāsamazina izmaksu pieaugums līdz 5 % gadā, jo tas ietekmē peļņu un laicīgu kredīta atmaksāšanu.

18. SIA „Vinnis” procentu maksājumu izmaksas ir palielinājušās 2008. pret 2007. gadu par 54532 Ls jeb 31,53%, jo palielinās maksājumi par kredītu. Uzņēmumam tīrā peļņa 2008. gada beigās bija 95 170 Ls.

Uzņēmums varētu vienoties ar banku un atmaksāt kredīta pamatsummu ātrāk, tādējādi samazinātu kredīta maksājumus un pēc iespējas īsākā laikā atbrīvotos no saistībām.

19. Uzņēmuma debitoru parādi 2008. gadā sasniedz 201984 Ls. Tas ir par 21 388 Ls vairāk nekā 2007. gadā. Debitoru aprites ātrums 78,54 dienas.

Uzņēmumam jāsamazina debitoru atmaksāšanas laiks līdz 31 dienai un jāstrādā ar priekšapmaksu, jo nauda tiek nepamatoti iesaldēta, tas traucē veiksmīgais uzņēmējdarbībai.

20. Uzņēmuma pašu kapitāls 2008. gadā ir samazinājies par 5,7 %, tas ir saistīts ar to, ka uzņēmuma īpašnieki peļņu izmaksā dividendēs.

Uzņēmumam tīrā peļņa 2008. gadā bija 95 170 Ls, tos var ieguldīt pašu kapitāla palielināšanai vai kreditoru samazināšanai.

21. Uzņēmums 2008. gadā neveido uzkrājumu, neparedzētu izdevumu gadījumā nebūs ar ko segt saistības.

SIA „Vinnis” jāpalielina uzkrājumus līdz 2000 Ls, lai nepieciešamības gadījumā varētu segt neparedzētas saistības.

22. SIA „Vinnis” 2008. gada beigās aizņemtais kapitāls bija – 1048942 Ls, tas ir par 72,13 % palielinājies pret 2007. gadu. Uzņēmumam saistības svārstās ar 70 – 88 % pieaugumu gadā.

SIA „Vinnis” jāsamazina saistību pieaugums līdz 10 % gadā un jācenšas ātrāk atdot kredītsaistības no tīrās peļņas.

23. SIA „Vinnis” 2008. gads ir nesis mazāku peļņu, salīdzinot ar 2007. gadu par 8,8 %. Tīrā peļņa 2008. gadā bija 95 170 Ls jeb 11 reizes mazāka nekā kreditoru parādi, šis ir pārgalvīgs un bīstams solis - aizņemties tik milzīgu summu.

SIA „Vinnis” tīrā peļņa jāiegulda kredīta ātrākai atmaksāšanai, lai samazinātu savu atkarību no kreditoriem.

24. SIA „Vinnis” likviditātes starpseguma koeficients svārstās no 0,91 - 1,89, tas nozīmē, ka uzņēmums strādā ar zemu finansu risku, liels daudzums apgrozāmo līdzekļu ir krājumos.

SIA „Vinnis” jāsamazina ražošanas krājumus.

25. Darba kapitāls ir samazinājies, salīdzinot 2007. un 2008. gadu par 64 389, tas nozīmē, ka uzņēmuma likviditāte pasliktinās.

26. SIA „Vinnis” krājumu aprites periods 2008. gadā bija 78,56 dienas.

SIA „Vinnis” jāsamazina krājumu aprites periods līdz 40 dienām, jo nelietderīgi tiek iesaldēti naudas līdzekļi.

27. Debitoru parādu aprites rādītājs ir augsts - no 53 – 84 dienām. No 2007. – 2008. gadam tas ir pieaudzis par 8,72 dienām.

SIA “Vinnis” jāsamazina debitoru aprites ātrums, jāievieš naudas pārskaitījumiem īsaki termiņi - līdz 30 dienām.

28. SIA „Vinnis” realizācijas rentabilitāte 2008. gadā bija 9,07, kas ir samazinājusies par 1,17 vienībām pret 2007. gadu.

Pašu kapitāla rentabilitāte 2008. gadā samazinājās par 13,27 %. No viena ieguldītā lata uzņēmums 2008. gadā pelnīja 0,63 Ls, bet 2007. - 0,76 Ls.

Uzņēmumam ir jāsamazina pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas, kas 2008. gada beigās bija 795 350 Ls, pārdošanas izmaksas – 133 570 Ls un administrācijas izmaksas - 65 956 Ls.

29. SIA “Vinnis” Altmaņa Z koeficienta bankrota prognozes 2008. gadā ir 1,55, kas nozīmē, ka bankrota iespēja pastāv ļoti augsta, uzņēmums pēc bilances datiem ir paņēmis 1048942 Ls lielu kredītu.

30. SIA “Vinnis” J. Fulmera bankrota prognozes aprēķins ir samazinājies par 6,2 vienībām, salīdzinot 2008. ar 2006. gadu, tas liecina par to, ka uzņēmuma finansionālais stāvoklis strauji pasliktinājies.

31. PVD dati liecina, ka uz 01.03.2010 datumu ir reģistrēti 167 biškopības uzņēmumi.

Ministru kabinetam jāatvieglo prasības jaunu uzņēmumu reģistrēšanai, jāsamazina pašu kapitāls līdz 100 Ls.

32. 2008. gada beigās SIA „Vinnis” kreditoru saistības samazinās par 39 878 Ls, bet autors uzskata, ka uzņēmumam ir pārāk liels kreditoru finansējums (1 048 942 Ls). Pašu kapitāls ir 7,2 reizes mazāks nekā aizņemtais. Tīrā peļņa ir 11 reizes mazāka par kreditoru parādiem uz 2008. gada beigām. Uzņēmums ir rīkojies neapdomīgi un pārgalvīgi, veicot tik lielas kredītsaistības.

IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTU SARAKSTS

1. Biškopības likums: LR likums// Biškopis. – 2000. – Nr.1. - 40.lpp.
2. Latvijas Republikas civillikums: Lietu tiesības// AFS – 1992. - 98. lpp.
3. Likumdošanas akti, kas regulē biškopja darbību. // Biškopis. – 2000. – Nr.1. 40.lpp. - 24. lpp.
4. PVD Obligātās marķējuma un nekaitīguma prasības medum. // Biškopis. – 2000. - Nr.4 - 40.lpp.
5. Statistikas dati par biškopību [Elektroniskais resurss]/ www.csb.gov.lv, - 2010. – marts
6. Bites.[Elektroniskais resurss]/ <http://agatabirkava.wordpress.com>, - 2009. – 3. dec.
7. Biškopības attīstība.[Elektroniskais resurss]/ <http://test.strops.lv>, - 2010. – marts
8. Biškopības vēsture. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.republika.lv>, - 2010. – marts
9. Bišu skaits. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.republika.lv>, 2009. – 21. marts
10. Caune J., Dzendonis A., Stratēģiskā vadīšana - Rīga : Kamene, 2000. – 232.lpp.
11. Cena. [Elektroniskais resurss]/ <http://lv.wikipedia.org/>, 2010.
12. Finansējums un attīstība. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.strops.lv>, - 2010.
13. Forands I., Stratēģija kvalitāte – Rīga: Elpa - 2, 2000. – 254.lpp.
14. Gods U., Mikroekonomika. - Rīga: Turības mācību centrs 2000. - 134.lpp.
15. Informācija par uzņēmumu. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.lursoft.lv>, - 2010. – 20. marts
16. Interesenti par medu. [Elektroniskais resurss]/ SIA “Vinnis”. - <http://www.vinnis.lv>, - 2010. – 20. marts
17. Krauze A., Šteiselis J. Medus standarti un ražotāju konkurētspēja brīvajā tirgū. // Biškopis. – 2000. – Nr. 1. – 38 .lpp.
18. Latvijas Biškopības biedrība. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.strops.lv/>, - 2010. – 21. marts
19. Latvijas medus ir vislabākais? [Elektroniskais resurss]/ <http://www.srops.lv>, - 2007. – 23.okt.
20. Lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības sektori, Otrais gads Eiropas Savienībā. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.zm.gov.lv>, - 2006. – 20. okt.
21. Laukmane N. Cīņā par Latvijas medu. // Dārzs un drava. – 1999. – Nr.5. - 52.lpp.
22. Latvijas biškopības attīstības nacionālā programma 2005. - 2007. gadam. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.srops.lv>, - 2006. – 23.okt.
23. Latvijas kvalitāte. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.consumer.lv>, - 2007. – 20. dec.

24. Latvijas lauksaimniecība un lauki 2006 / Latvijas Republikas ZM. – Rīga: LRZ ministrija, 2006. – 111.lpp.
25. Medus cenas. [Elektroniskais resurss]/ <http://dravnieks.wordpress.com>, - 2007., 30 Augusts
26. Medus iepakojšanas uzņēmumi. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.pvd.gov.lv>, - 2006. – 23. okt.
27. Medus popularizācija. [Elektroniskais resurss]/ www.delfi.lv, - 2006. – 20. okt.
28. Medus ražotājs „Vinnis” kāpj augstu kokā. [Elektroniskais resurss]/<http://www.vidzemnieks.lv>, - 2006. - novembris
29. Mizis A. Esi sveicināts, 21. gadsimts. Bišu barības bāze // Dārzs un drava. – 2000. - Nr.1. - 62.lpp.
30. Paaugstināsies Latvijas biškopības produktu konkurētspēja.[Elektroniskais resurss]/ <http://www.ldiena.lv>, - 2007., 11. Septembris
31. Paupa V., Šneidere R., Uzdevumu krājums finanšu analīzē: Rīga: SIA „Drukātava”, 2007 - 40. Lpp.
32. Pārtikas aprites valsts uzraudzības un kontroles 2006. gada programma / ZM un pārtikas un veterinārais dienests. - Rīga: LRZM, 2006. - 48. lpp.
33. Poriņš I. Kā palielināt medus ražu. // Biškopis. – 1998. – Nr. 2. – 38. lpp.
34. Praude V., Berļčikovs J. Mārketinga – Rīga: Vaidelote, 1999. – 559. lpp.
35. Praude V., Berļčikovs J. Menedžments – Rīga: Vaidelote, 2001. – 507. lpp.
36. Reklāmas izmaksas. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.diena.lv>, 2010, marts
37. Reņģe V. Mūsdienu organizāciju psiholoģija - Rīga: Zvaigzne abc, 2007 - 216 lpp.
38. Romanceviča J., Mazā biznesa kurss – Rīga: J.L.V., 2002. – 330. lpp.
39. Rurāne M., Finanšu pārvaldība – Rīga: Elpa - 2, 2002. - 281.lpp.
40. Saldais biškopības rūpals. [Elektroniskais resurss]/ <http://www.tvnet.lv>, 2007, 10. augusts
41. SIA “Vinnis” bilance. [Elektroniskais resurss]/ www.lursoft.lv, - 2010. – marts
42. SIA “Vinnis” peļņas un zaudējumu aprēķina dati. [Elektroniskais resurss]/ www.lursoft.lv, - 2010.
43. Šteiselis J., Auziņš A., Biškopība – Rīga: 2000. - 155. lpp.
44. Šteiselis J. Saimes spēka nozīme pavasarī. // Biškopis. - 1998. – Nr.1. - 38.lpp.
45. Strods H., Latvijas mežu vēsture – Rīga: 1999.- 364.lpp.
46. Strupulis A. Bišu slimības. // Biškopis. – 1999. – Nr. 3. – 38 .lpp.
47. Šteiselis J. Kur bijām, kur esam un kas mūs gaida. // Praktiskais latvietis.- 1999. – Nr. 5. 35 .lpp.
48. Statistikas dati par biškopību [Elektroniskais resurss]/ www.zm.gov.lv, - 2010. – marts

49. Statistikas dati par biškopības uzņēmumiem [Elektroniskais resurss]/ www.pvd.gov.lv, - 2010. – marts
50. Ziediņa A., Veterinārās prasības biškopības produktu realizācijai Latvijas tirgos.// Biškopsis. 2000. - Nr.1 – 40.lpp.
51. SIA „Vinnis” npublicētie materiāli.