



RĪGAS PEDAGOĢIJAS UN IZGLĪTĪBAS VADĪBAS AKADĒMIJA

Sociālo zinātņu fakultāte

Profesionālā augstākās izglītības bakalaura studiju programma

„Komercdarbība un uzņēmuma vadība”

JOLANTA ĀBOLIŅA

**SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” saimnieciskās darbības analīze un
sekmēšana**

Bakalaura darbs

Darba zinātniskā vadītāja:

RPIVA lektore

Amats

Mg.psych.

Akadēmiskais grāds

Ruta Karloviča

Vārds, uzvārds

Paraksts

KULDĪGA
2012

ANOTĀCIJA

Bakalaura darba autore: RPIVA profesionālās augstākās izglītības bakalaura studiju programmas Komercedarbība un uzņēmuma vadība studente **Jolanta Āboliņa**.

Bakalaura darba zinātniskā vadītāja: lektore, Mg.psych., **Ruta Karloviča**.

Bakalaura darba tēma: SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” saimnieciskās darbības analīze un sekmēšana.

Bakalaura darba mērķis: izvērtēt un veikt SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” saimniecisko darbības analīzi.

Izmantojot vispārpieņemtās **pētījumu metodes** (teorētiskās, empīriskās un datu apstrādes):

- **bakalaura darba pirmajā nodaļā** izklāstīts tirdzniecības iedalījums un mazumtirdzniecības nozīme, kā arī darbā atspoguļota mazumtirdzniecības nozīme Latvijas tautsaimniecības attīstībā.
- **otrajā nodaļā** tiek izklāstīti tirdzniecības un mazumtirdzniecības nozares tiesiskās bāzes dokumenti un nodokļi.
- **trešajā nodaļā** tiek raksturots uzņēmums SIA „INAPO” un tā grāmatvedības politika, kā arī uzņēmuma nodrošinošie materiālie resursi.
- **ceturtajā nodaļā** tiek analizēta SIA „INAPO” ārējās un iekšējās vides ietekmējošie faktori, kā arī analizēti uzņēmuma finansiālās darbības rezultāti. Pēc uzņēmuma izpētes tiek izskatīta iespēja veikt uzņēmuma saimnieciskās darbības sekmēšanu.
- **nobeigumā** apkopoti pētījuma secinājumi un izstrādāti priekšlikumi uzņēmuma SIA „INAPO” saimnieciskās darbības sekmēšanai.

Pētījuma periods: 2006. - 2012. gads.

Par **pētījuma avotiem** ir izmantota uzņēmējdarbības, tirgzinības, finanšu un mārketinga speciālā literatūra, LR likumdošanas normatīvie akti, centrālās statistikas bāzes dati, informācija no interneta resursiem, un SIA „INAPO” npublicētie materiāli un informācija.

Bakalaura darba apjoms ir 75. lpp. (bez pielikumiem). Pētījuma raksturošanai darbā iekļauti 23 attēli un 26. tabulas, darbam pievienoti 11 pielikumi. Pētījuma veikšanai izmantoti 25 avoti, no kuriem 8 ir svešvalodās.

ANNOTATION

Author of the bachelor paper: student of the Professional Bachelor in Entrepreneurship,

Manager of Enterprises and Establishments in Riga Teacher Training and Educational Management Academy **Jolanta Āboliņa**.

Tutor of the bachelor paper: lecturer, Mg.psych., **Ruta Karloviča**.

Theme of the bachelor paper: The analysis and promotion of the economic activities for INAPO, Ltd., shop ‘‘Pie bērza’’.

Aim of the bachelor paper : to evaluate and manage economic activities for INAPO, Ltd. , shop ‘‘Pie bērza’’.

Using generally approved methods of the research (theoretical, empirical and data processing):

- **The first unit of bachelor paper** deals with the classification of trade and the meaning of the retail business. There is also displayed the meaning of the retail business in the development of national economy of Latvia.
- **In the second unit** there are stated legal basis documents of trade and retail business and applied taxes.
- **In the third unit** there is characterized the enterprise INAPO, Ltd. and its policy of accounting, as well as material guaranteed resources of the enterprise.
- **In the fourth unit** there is analysed influenced factors of external and internal environment of INAPO, Ltd., as well as analysed results of financial activities. After research of the enterprise there is considered an opportunity to manage the promotion of the economic activities in the enterprise.
- In the order of the work there were carried out conclusions and worked out suggestions about promotion of the economic activities for INAPO, Ltd.

Period of the research: 2006 – May, 2012.

Sources of the research: business, marketing, financial literature, laws and regulations of the legislation of Latvia, Lursoft, the data of central basis of statistics, information from the internet sources, as well as unpublished materials and information of INAPO, Ltd.

Size of the bachelor paper: 75 pages (without appendixes). For characterization of the research there are included 23 pictures and 26 tables and added 11 appendixes. To do the research there are used 25 sources which 8 are in foreign languages.

SATURS

ANOTĀCIJA	2
ANNOTATION	3
IEVADS	5
1. MAZUMTIRDZNIECĪBAS NOZARES RAKSTUROJUMS	7
1.1. MAZUMTIRDZNIECĪBAS NOZARES VISPĀRĪGS RAKSTUROJUMS.....	7
1.2. MAZUMTIRDZNIECĪBAS NOZĪME LATVIJAS TAUTSAIMNIECĪBAS ATTĪSTĪBĀ	8
2. TIESISKĀS BĀZES IZPĒTE MAZUMTIRDZNIECĪBAS NOZARĒ	18
3. UZŅĒMUMA SIA „INAPO” DARBĪBAS RAKSTUROJUMS	24
3.1. SIA „INAPO” RAKSTUROJUMS	24
3.2. UZŅĒMUMA DARBĪBU NODROŠINOŠIE MATERIĀLIE RESURSI.....	28
3.3. UZŅĒMUMA GRĀMATVEDĪBAS POLITIKA	29
4. SIA „INAPO” SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS ANALĪZE UN TĀS SEKMĒŠANA	34
4.1. UZŅĒMUMA ĀRĒJĀ VIDE	34
4.2. UZŅĒMUMA IEKŠĒJĀ VIDE	49
4.3. SIA „INAPO” FINANŠU ANALĪZE	52
4.4. SIA „INAPO” DARBĪBAS SEKMĒŠANA	65
SECINĀJUMI	69
PRIEKŠLIKUMI.....	71
IZMANTOTĀ LITERATŪRAS UN INFORMĀCIJAS AVOTU SARAKSTS	72
PIELIKUMI	75

IEVADS

Tautsaimniecības attīstībā īpašu uzmanību pievērš mazo un vidējo uzņēmumu darbības sekmēšanai, jo tie veido valsts ekonomikas mugurkaulu. Latvijā mazumtirdzniecībā ir nodarbināta ļoti liela ekonomiski aktīva iedzīvotāju daļa. Šāda situācija ir ne tikai pēdējo gadu tendence, bet ir izveidojusies krietni agrāk. Tomēr atšķirībā no citām vadošajām nozarēm, tirdzniecības nozarei ir tendence pieaugt, attiecībā pret iepriekšējo gadu rādītājiem.

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību „INAPO” veikala „Pie bērza” pamatdarbības veids ir mazumtirdzniecība. Uzņēmuma juridiskā adrese: „Burtnieki”, Vārmes pagasts, Kuldīgas novads, LV-3333. Vārmes pagasta centrs atrodas 6 km attālumā no Saldus – Kuldīgas šosejas. Uzņēmuma darbības mērķis – nodrošināt Vārmes pagasta iedzīvotājus ar pirmās nepieciešamības precēm, tā nodrošinot uzņēmumam pozitīvu finansiālo rezultātu. SIA „INAPO” izvērsis uzņēmējdarbību mazumtirdzniecībā saskaņā ar saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija NACE kodu 47.11 - mazumtirdzniecība nespecializētajos veikalos, kuros galvenokārt pārdod pārtikas preces, dzērienus vai tabaku. Uzņēmumā tiek nodarbināti 5 darbinieki.

Darba gaitā tika noteikts **pētījuma objekts** – SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” darbība.

Pētījuma priekšmets – uzņēmuma saimnieciskās darbības analīze un sekmēšana.

Darba **mērķis**: izvērtēt SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” saimniecisko darbību un izstrādāt priekšlikumus tās sekmēšanai.

Mērķa sasniegšanai tiek izvirzīti sekojoši **uzdevumi**:

- 1) raksturot mazumtirdzniecību un tās situāciju Latvijā;
- 2) sistematizēt un skaidrot Latvijas Republikas normatīvos aktus, kas reglamentē mazumtirdzniecības nozari;
- 3) raksturot SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” darbību;
- 4) analizēt SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” saimniecisko darbību;
- 5) apkopot pētījuma secinājumus un izstrādāt priekšlikumus veikala saimnieciskās darbības sekmēšanai.

Darbā tika pielietotas šādas **pētījuma metodes** – monogrāfiskā pētījumu metode- dažādu informācijas avotu analīze, salīdzināšanas metode, veicot ekonomiskās darbības rezultātu analīzi, grafiskā metode, apkopojot datus pārskatāmai uztveršanai un rādītāju dinamikas izvērtēšanai. Darbā izmantota SVID analīze, Makkinsija matrica, Pāru metode,

Vjenna diagramma un anketēšana, ar kuru palīdzību īstenoti pētījuma uzdevumi.

Pētījuma periods no 2006. gada līdz 2012. gadam.

Par **pētījuma avotiem** tika izmantoti – zinātniskā literatūra un dažādi nozares informatīvie materiāli, mācību materiāli, uzņēmuma nepublicētie materiāli, kā arī interneta resursi.

Bakalaura darba apjoms ir 75. lpp. (bez pielikumiem). Pētījuma raksturošanai darbā iekļauti 23 attēli un 26. tabulas, darbam pievienoti 11 pielikumi. Darba sagatavošanai ir izmantoti 25 izmantotās literatūras un avotu saraksti, no kuriem 8 ir svešvalodās.

1. MAZUMTIRDZNICĪBAS NOZARES RAKSTUROJUMS

1.1. Mazumtirdzniecības nozares vispārīgs raksturojums

Tautsaimniecības strukturālais pamats balstās uz darba dalīšanu, tāpēc tirdzniecības uzdevums ir aizpildīt telpu starp ražošanu un realizāciju, veicot to kvalitatīvi un kvantitatīvi.

Tirdzniecība jeb komercija ir preču vai pakalpojumu apmaiņa. Izšķir vienkāršu preču vai pakalpojumu apmaiņu (barters) vai tirdzniecību ar naudas palīdzību. Tāpat tirdzniecības darījumi var notikt starp divām pusēm (divpusēja vai bilaterāla), vai starp vairākām pusēm (daudzpusēja vai multilaterāla) tirdzniecība. (<http://dictionary.reference.com/browse/trade> - skatīts 10.06.2012.)

Vieni no tirdzniecības veidiem – vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība.

Vairumtirdzniecības būtība un nozīme.

Vairumtirdzniecība ir pārdošanas pasākumi, kas saistīti ar preču un pakalpojumu pārdošanu uzņēmējiem, kas tos izmanto:

- tālākai pārdošanai;
- citu preču un pakalpojumu ražošanai;
- organizācijas darbībai

Plašākā skatījumā vairumtirdzniecība noved pie kopējās sadales sistēmas darījumu ekonomijas.

Ja vairumtirgotāji nedarbotos kā starpnieki, tad daudziem ražotājiem vajadzētu pašiem veikt vairumtirdzniecības funkcijas. Bet vairumtirgotāji var veikt šīs funkcijas daudz efektīvāk nekā lielākā daļa ražotāju, jo labāk pārzina tirgu un patērētājus. Darījumu ekonomija parādās tad, kad vairumtirdzniecības starpnieki tiek iepazīstināti ar ražotājiem un pircējiem.

Ir dažādi vairumtirdzniecības starpnieki atkarībā no precēm, tirgiem, darbības metodēm. Tos var iedalīt trijās lielās kategorijās:

1. tirdzniecības vairumtirgotāji;
2. aģenti – vairumtirgotāji;
3. ražotājs – pārdevējs (pārdod tieši patērētājam).

Mazumtirdzniecības būtība un nozīme.

Kopumā par mazumtirdzniecību dēvē tiešo pārdošanu pircējiem. Lielā pārdošana dīleriem tālākai pārdošanai ir vairumtirdzniecība, tajā pat laikā pārdošana mazos apjomos tieši

pircējiem – patērētājiem ir mazumtirdzniecība. Mazumtirdzniecība ir viens no svarīgākajiem tirgus elementiem, kuram raksturīgs dinamiskums un elastīgāka realizācijas forma. Uzņēmumi, kas nodarbojas ar mazumtirdzniecību, veicina preču konkurences rašanos, tirgus attiecību veidošanos un, līdz ar to, šo attiecību tālāku attīstību. Šādi uzņēmumi spēj ātri reaģēt uz pieprasījuma izmaiņām, pārveidojot produkcijas sortimentu un nodrošinot augstu kvalitāti, kā arī ātru un izdevīgu kompensēšanu. Tie var nodibināties jebkurā tautsaimniecības nozarē un veikt jebkuru uzņēmējdarbības veidu, izņemot likumos aizliegtos. (Geipele,2002, 183)

Mazumtirdzniecību var iedalīt divās lielās grupās: funkcionālā mazumtirdzniecībā un institucionālā mazumtirdzniecībā. Funkcionālā mazumtirdzniecība ir saimnieciska darbība, jo tās uzdevums ir realizēt precī tās patērētājiem, neatkarīgi no tā, kas jeb kāda institūcija šo darbu veic. Piemēram, tas var būt ražotājs, vairumtirgotājs vai mazumtirgotājs. Institucionālā mazumtirdzniecība savukārt sašaurina saimniecisko darbību līdz uzņēmumiem, kuru uzdevums ir realizēt preces patērētājiem. Šie paši uzņēmumi arī veido izziņas objektu mācībā par mazumtirdzniecības uzņēmumiem. Uzņēmumiem tirgus apstākļos ir dažas kopīgas pazīmes, kā, piemēram, cīņa par varu jeb konkurences cīņs, plānošanas autonomija un tirgus risks. (<http://data.csb.gov.lv/DATABASE/rupnbuvm/Ikgad%E7jie%20statistikas%20dati/Iek%20zemes%20tirdzniec%Ee%20un%20maksas%20pakalpojumi/TI060lv.htm> - skatīts 19.06.2012)

Mazumtirdzniecības veikalus var iedalīt dažādos tipos un viens no viņiem ir ikdienas preču veikali lauku apvidos. Ikdienas preču veikalu sortiments ir daudzveidīgs, bet katra veida produkcija ir nelielos daudzumos. Šo veikalu sortimentu veido pārtikas preces, gatavie apģērbi un trikotāža, apavi, paši nepieciešamākie instrumenti, naglas, saimniecības preces, kosmētika utt. Šie veikali atrodas lauku rajonos, pagasta centros vai pilsētās ar nelielu iedzīvotāju blīvumu. (<http://trade.gov/data.asp> - skatīts 11.06.2012.)

1.2.Mazumtirdzniecības nozīme Latvijā tautsaimniecības attīstībā

Tautsaimniecības attīstībā īpašu uzmanību pievērš mazo un vidējo uzņēmumu darbības sekmēšanai, jo tie veidos valsts ekonomikas mugurkaulu arī turpmākajos 10 gados, dodot ievērojamu pienesumu inovāciju jomā un darba vietu radīšanā. Turpināt mazo un vidējo uzņēmumu atbalsta programmas īstenošanu, kurā iestrādāti Eiropas Savienības mazo un vidējo uzņēmumu hartas pamatprincipi par finansējuma pieejamību, birokrātisko šķēršļu

mazināšanu, nodokļu maksāšanas procedūru vienkāršošanu u.c. Veicināt pašnodarbinātību, pilnveidot un turpināt mikrouzņēmumu atbalsta programmas īstenošanu, vienkāršojot un atvieglojot prasības šo uzņēmumu darbībai.

Mazumtirdzniecība ir jaunu un lietotu preču tālāk pārdošana (pārdošana bez pārveidošanas), ko veic veikalos, kioskos, tirdzniecības vietās, tirgos, standos u.tml., kā arī mazumtirdzniecība, ko veic firmas, kas izpilda pasūtījumus pa pastu, ielu pārdevēji un apkārtceļojošie sīktirgotāji, patērētāju kooperatīvi, izsoļu nami u.tml., galvenokārt plašai publikai, individuālajam vai sadzīves patēriņam un izmantošanai.

Mazumtirdzniecības uzņēmums ir uzņēmums, kura galvenais darbības veids ir mazumtirdzniecība. (<http://data.csb.gov.lv/DATABASE>) Uzņēmums SIA "INAPO" ir izvēlējis nodarboties ar mazumtirdzniecību, tāpēc uzņēmumam ir svarīga mazumtirdzniecības attīstība Latvijas tautsaimniecībā.

1.tabula. Iekšzemes kopprodukts faktiskajās un salīdzināmajās cenās, tūkst. latu, ([http://data.csb.gov.lv/DATABASE/ekfin/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Pat%C4%93ri%C5%86a%20cenasp](http://data.csb.gov.lv/DATABASE/ekfin/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Pat%C4%93ri%C5%86a%20cenas/Pat%C4%93ri%C5%86a%20cenasp) – skatīts 10.06.2012)

Gads	Sezonāli neizlīdzināti ceturkšņi				Sezonāli izlīdzināti ceturkšņi			
	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.
2009	3293008	3362954	3135377	3279109	3607106	3341171	3067631	3100632
2010	2844671	3147429	3292901	3453734	3119323	3127590	3212790	3267798
2011	3046069	3505332	3706310	3903317	3347122	3483320	3608073	3694204

1. tabulā redzams, ka iekšzemes kopproduktam salīdzinoši ir tendence palielināties. 2011. gada 4. ceturksnī IKP sezonālajās cenās, gan izlīdzinātajās, gan neizlīdzinātajās cenās pārsniedzis 2009. gada 1. ceturkšņa rādītāju. Līdz 2009. gada 3. ceturksnim IKP rādītājam sezonāli izlīdzinātajās cenās bija tendence samazināties sasniedzot zemāko punktu. Bet šī tendence sāka mainīties ar 2009. gada 4. ceturksni, kad bija vērojams IKP pieaugums pret 2009. gada 3. ceturksni. Neizlīdzinātajās cenās šī tendence turpinās ilgāk, IKP zemākais punkts tiek sasniegts 2010. gada 1. ceturksnī, un pēc tam tiek vērota augšupejoša tendence.

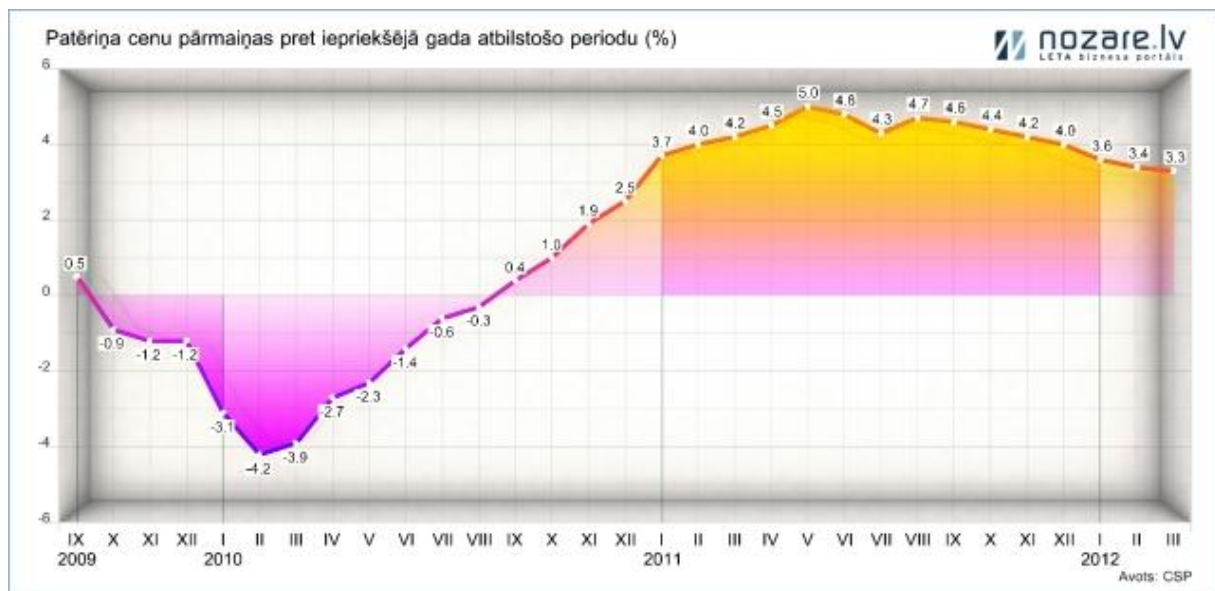
2.tabula. Patēriņa cenu pārmaiņas pret iepriekšējo periodu.

(<http://data.csb.gov.lv/DATABASE/ekfin/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Pat%C4%93ri%C5%86a%20cenas/Pat%C4%93ri%C5%86a%20cenas.asp> – skatīts 10.06.2012)

Visas preces un pakalpojumi	Pret iepriekšējo periodu											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
2010	0,2	0,0	0,5	0,9	-0,1	0,4	0,2	-0,7	0,4	0,4	0,2	0,1
2011	1,3	0,3	0,7	1,1	0,4	0,3	-0,3	0,3	0,4	0,2	0,0	0,0
2012	0,8	0,1	0,6	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-

Apskatot 2. tabulu redzams, ka 2009. gadā patēriņu cenas februārī un martā pret iepriekšējo periodu ir palielinājušās, bet atlikušajos gada mēnešos ir vērojami cenu kritumi. Kā redzams, nākamajos periodos cenām ir augšupejoša tendence ar atsevišķiem izņēmumiem, līdz ar to veikalam „Pie Bērza” arī ir vērojama preču cenu pieaugums.

1.attēls. Patēriņa cenu pārmaiņas pret iepriekšējā gada atbilstošo periodu. (<http://www.nozare.lv>)



Kā redzams 1. attēlā 2012. gada pirmajos trīs mēnešos ir vērojama patēriņu cenu samazināšanās pret 2011. gadu, bet salīdzinot ar 2010. gadu patēriņu cenas ir pieaugušas.

3.tabula. Patēriņa cenu pārmaiņas vidēji 12 mēnešos pret iepriekšējiem 12 mēnešiem.
(<http://data.csb.gov.lv/DATABASE/ekfin/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Pat%C4%93ri%C5%86a%20cenas/Pat%C4%93ri%C5%86a%20cenas.asp> – skatīts 10.06.2012)

Visas preces un pakalpojumi	Vidēji 12 mēnešos pret iepriekšējiem 12 mēnešiem											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
2008	10,8	11,6	12,3	13,0	13,8	14,6	15,2	15,6	15,9	15,9	15,7	15,4
2009	14,9	14,3	13,5	12,5	11,4	10,2	9,1	7,9	6,7	5,5	4,5	3,5
2010	2,5	1,3	0,3	-0,4	-0,1	-1,4	-1,6	-1,8	-1,8	-1,6	-1,4	1,1
2011	-0,5	0,2	0,8	1,5	2,1	2,6	3,0	3,4	3,8	4,1	4,2	4,4
2012	4,4	4,3	4,2	4,1	-	-	-	-	-	-	-	-

Kā redzams 3. tabulā lielākais cenu kāpums ir bijis 2008. gadā un 2009. gada pirmajos piecos mēnešos, kad šis rādītājs ir virs 10. Sākot ar 2009. gada jūnija mēnesi rādītājs samazinās, vairs nepārsniedzot 10. Cenu samazināšanās tendence ir vērojama līdz 2011. gada janvāra mēnesim. Pēc tam cenas atkal pakāpeniski pieaug.

Viens no būtiskākajiem rādītājiem, kas ietekmē iedzīvotāju pirktspēju ir iedzīvotāju ikmēneša ienākumi.

4.tabula. Iedzīvotāju naudas ieņēmumi (vidēji mēnesī, latos).
(<http://data.csb.gov.lv/DATABASE/rupnbuvn/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Iek%C5%A1zemes%20tirdzniec%C4%ABba%20un%20maksas%20pakalpojumi/Iek%C5%A1zemes%20tirdzniec%C4%ABba%20un%20maksas%20pakalpojumi.asp> – skatīts 10.06.2012)

	2007	2008	2009	2010	2011
Strādājošo mēneša vidējā darba samaksa bruto	398	479	461	445	464
Strādājošo mēneša vidējā darba samaksa neto	286	350	342	316	330
Sabiedriskajā sektorā bruto	474	564	504	470	492
Sabiedriskajā sektorā neto	338	408	372	334	347
Privātajā sektorā bruto	362	438	433	427	447
Privātajā sektorā neto	261	321	323	304	320
Sociālās nodrošināšanas iestāžu uzskaitē esošo pensionāru vecuma pensiju vidējais apmērs	111	141	163	176	178
Viena iedzīvotāja pilna iztikas minimuma preču un pakalpojumu groza vērtība	133	160	168	166	173

Kā redzams 4. tabulā, lai viens Latvijas iedzīvotājs varētu iegādāties minimālo iztikas preču un pakalpojumu grozu, 2011. gadā tam ir nepieciešami jau 173 Ls. Vidējiem pensionāra ienākumiem, salīdzinot 2007. gadu ar 2011. gadu, ir tendence palielināties. Ja

2007. gadā vidējā pensija bija 111 Ls, tad 2011. gadā tā jau ir sasniegusi 178 Ls, kas ir par 5 Ls vairāk kā iztikas minimuma preču un pakalpojuma grozs. Kā iepriekš minēts, strādājošo darba alga pirms krīzes 2008. gadā bija palielinājusies - bruto alga bija sasniegusi 479 Ls un neto alga 350 Ls. Turpmākajos divos gados ir vērojama tendence gan bruto, gan neto algai samazināties, neatkarīgi no strādājošo sektora. Salīdzinot 2011. gadu ar 2010. gadu darba samaksas rādītājs ir uzlabojies un vidējie bruto ienākumi sasnieguši 464 Ls un vidējie neto ienākumi 330 Ls. Salīdzinot 2011. gadu ar 2008. gadu vidējie bruto ienākumi ir par 15 Ls mazāki un neto ienākumi ir par 20 Ls mazāki kā 2008. gadā. Līdz ar to var secināt, ka Latvijas iedzīvotāji nav sasnieguši 2008. gada dzīves līmeni.

Otrs būtiskākais rādītājs ir iedzīvotāju skaits, jo no iedzīvotāja skaita atkarīgs arī preču patēriņš.

5.tabula. Iedzīvotāju skaits un dabiskās kustības galvenie rādītāji.

(<http://data.csb.gov.lv/DATABASE/rupnbuvn/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Iek%C5%A1zemes%20tirdzniec%C4%ABba%20un%20maksas%20pakalpojumi/Iek%C5%A1zemes%20tirdzniec%C4%ABba%20un%20maksas%20pakalpojumi.asp> – skatīts 10.06.2012))

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Iedzīvotāju skaits (perioda sākumā), tūkst.												
2011	2074,6	2071,9	2069,3	2067,6	2065,5	2063,5	2061,9	2061,1	2060,0	2059,4	2058,0	2056,5
2012	2055,2	2052,7	2049,8	2047,7	-	-	-	-	-	-	-	-
Dzimušo skaits												
2011	1520	1417	1643	1433	1521	1655	1758	1601	1583	1561	1445	1449
2012	1560	1480	1470	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mīrušo skaits												
2011	2734	2423	2600	2442	2391	2208	2226	2141	2185	2431	2294	2444
2012	2650	2800	2580	-	-	-	-	-	-	-	-	-

5. tabulā redzams, ka iedzīvotāju skaits ar katru mēnesi samazinās. Tas skaidrojams ar to, ka mirušo skaits pārsniedz dzimušo skaitu. Visaugstākais dzimušo skaits ir 2011. gada jūlijā, bet mirušo skaits visaugstākais ir 2012. gada februārī. Iedzīvotāju skaita samazinājums ietekmē veikala „Pie bērza” preču noietu, līdz ar to samazinās preču pieprasījums.

6.tabula. Galvenie uzņēmējdarbības rādītāji tirdzniecībā statistiskajos reģionos.
(<http://data.csb.gov.lv/DATABASE/rupnbuvn/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Iek%C5%A1zemes%20tirdzniec%C4%ABba%20un%20maksas%20pakalpojumi/Iek%C5%A1zemes%20tirdzniec%C4%ABba%20un%20maksas%20pakalpojumi.asp> – skatīts 10.06.2012))

Mazumtirdzniecība, izņemot automobiļus un motociklus	2008						
	Apgrozījums (tūkst. Ls)	Produkcijas vērtība (tūkst. Ls)	Pievienotā vērtība (tūkst. Ls)	Kopējā preču un pakalpojumu iepirkumu vērtība (tūkst. Ls)	Personāla izmaksas (tūkst. Ls)	Bruto kapitālieguldījumi materiālās lietās (tūkst. Ls)	Nodarbināto personu skaits
Rīgas reģions	3029326	799201	403133	2706091	269424	114634	55177
Pierīgas reģions	876793	189354	111001	786700	86792	36530	17864
Vidzemes reģions	239504	62489	39987	208241	25702	11629	7854
Kurzemes reģions	285275	72410	44920	248874	29216	9761	9028
Zemgales reģions	314226	68476	46431	274461	29475	12357	8582
Latgales reģions	284398	74702	46799	250285	30921	8480	11154
Mazumtirdzniecība, izņemot automobiļus un motociklus	2009						
	Apgrozījums (tūkst. Ls)	Produkcijas vērtība (tūkst. Ls)	Pievienotā vērtība (tūkst. Ls)	Kopējā preču un pakalpojumu iepirkumu vērtība (tūkst. Ls)	Personāla izmaksas (tūkst. Ls)	Bruto kapitālieguldījumi materiālās lietās (tūkst. Ls)	Nodarbināto personu skaits
Rīgas reģions	2285570	571192	245397	2093653	210382	56910	47955
Pierīgas reģions	733493	184126	107909	623572	69180	10449	17431
Vidzemes reģions	166188	40426	25241	143827	18451	5382	6400
Kurzemes reģions	198140	46233	24361	174887	20426	3816	7349
Zemgales reģions	209923	51579	32726	180813	22619	3170	7508
Latgales reģions	190232	45760	29063	168126	22060	3068	9647

Kā redzams 6. tabulā Kurzemes reģions pēc apgrozījuma, neņemot vērā Rīgas un Pierīgas reģionus, atrodas otrajā vietā, bet, ja tiek ņemti vērā Rīgas un Pierīgas reģioni, tad atrodas ceturtajā vietā. Salīdzinot 2009. gada apgrozījumu ar 2008. gada apgrozījumu, visos reģionos apgrozījums ir samazinājies. Turklāt bruto mazumtirdzniecības kapitālieguldījumi

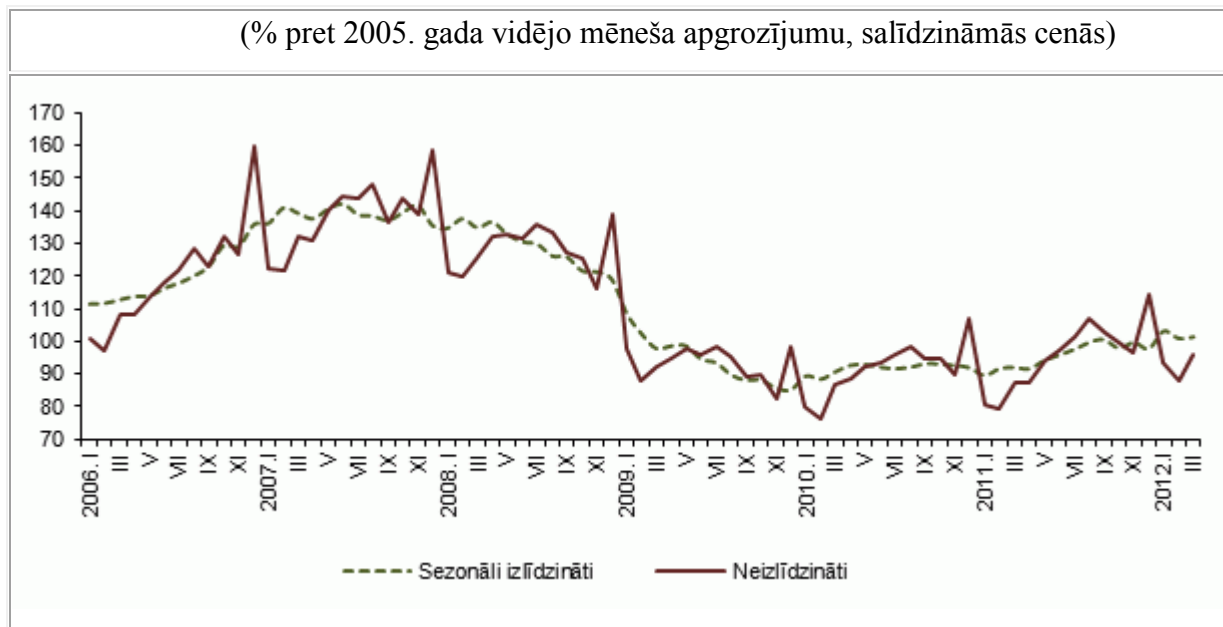
materialās lietās ir uz pusi samazinājušies. Šo samazināšanās tendenci var skaidrot ar krīzes gadu sākumu.

Mazumtirdzniecības uzņēmumu kopējais apgrozījums faktiskajās cenās, neņemot vērā sezonālītāti, 2012.gada martā, salīdzinot ar iepriekšējo mēnesi, pieaudzis par 9,3%, liecina Centrālās statistikas pārvaldes dati.

Centrālās statistikas pārvaldes dati liecina, ka 2012. gada martā, salīdzinot ar februāri, pēc sezonāli izlīdzinātiem datiem salīdzināmās cenās mazumtirdzniecības uzņēmumu kopējais apgrozījums palielinājās par 0.5%. Nepārtikas preču mazumtirdzniecības uzņēmumos apgrozījums pieauga par 1%, bet pārtikas preču pārdošana saruka par 0.7%.

Mazumtirdzniecības uzņēmumu kopējais apgrozījums faktiskajās cenās, neņemot vērā sezonālītāti, šā gada martā, salīdzinot ar iepriekšējo mēnesi, pieauga par 9.3%. (<http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp> - skatīts 21.05.2012.)

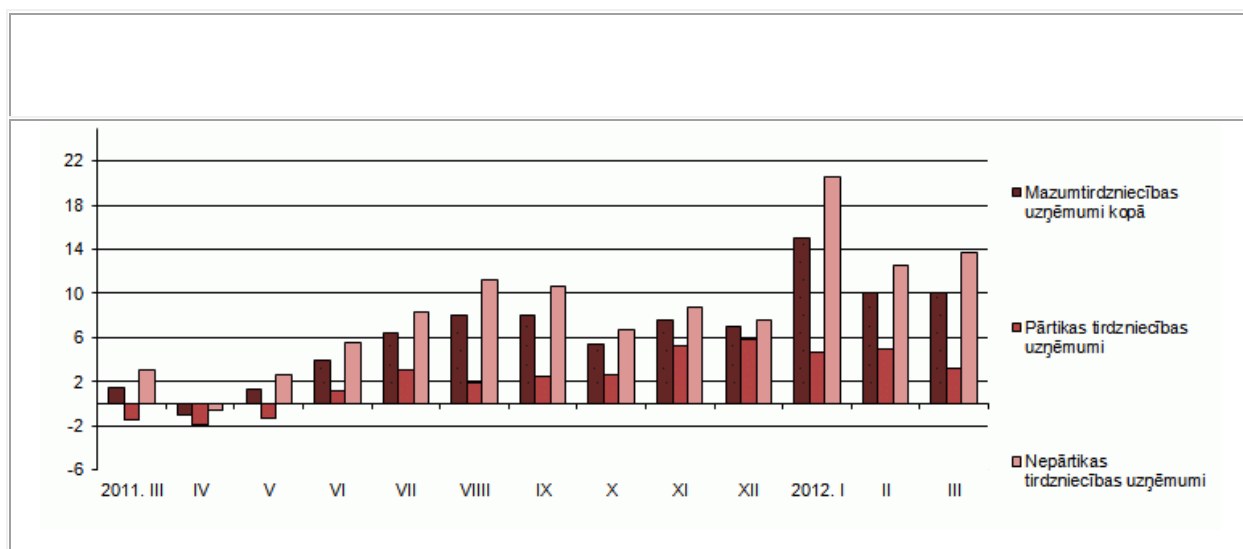
2.attēls. Mazumtirdzniecības apgrozījuma indeksi(<http://www.csb.gov.lv/notikumi/par-mazumtirdzniecibas-apgrozijumu-2012gada-marta-33332.html> - skatīts 21.06.2012)



2.attēlā redzams, ka 2012. gada martā, salīdzinot ar 2011. gada martu, pēc kalendāri izlīdzinātiem datiem salīdzināmās cenās, kopējais mazumtirdzniecības apgrozījums palielinājās par 10%. Pārtikas preču grupā pieaugums bija 3.2%. Nepārtikas preču tirdzniecības apjomi palielinājās par 13.7%, neieskaitot auto degvielas mazumtirdzniecību. Apjoma pieaugums šajā preču grupā 16.2%. Pēc darba autores domām, mazumtirdzniecības apjoma pieaugums rūpniecības precēm liecina par to, ka iedzīvotājiem sāk palielināties pirktpēja un valsts ir pārvarējusi ekonomisko krīzi un sākas ekonomikas augšupeja.

Mazumtirdzniecības uzņēmumu kopējais apgrozījums faktiskajās cenās, neņemot vērā kalendāra dienu ietekmi, salīdzinājumā ar iepriekšējā gada atbilstošo mēnesi palielinājās par 9.6%.

3.attēls. Mazumtirdzniecības uzņēmumu apgrozījuma pārmaiņas(<http://www.csb.gov.lv/notikumi/par-mazumtirdzniecibas-apgrozijumu-2012gada-marta-33332.html> - skatīts 21.06.2012)



3. attēlā atspoguļots, ka 2012. gada I. ceturksnī, salīdzinājumā ar 2011. gada IV. ceturksni pēc sezonāli izlīdzinātiem datiem salīdzināmās cenās, mazumtirdzniecības apgrozījums pieauga par 3.4%. Nepārtikas preču tirdzniecības uzņēmumos tas palielinājās par 5.3%, savukārt pārtikas preču tirdzniecība saruka par 0.7%.

Salīdzinot ar 2011. gada I ceturksni, pēc kalendāri izlīdzinātiem datiem apgrozījums pieauga par 11.7%. Par 4.3% palielinājās pārtikas preču mazumtirdzniecības apjoms, bet nepārtikas preces tirgoja par 15.6% vairāk.

7.tabula. Mazumtirdzniecības uzņēmumu apgrozījuma indeksi sadalījumā pēc uzņēmumu pamatdarbības(salīdzināmās cenās)(<http://www.csb.gov.lv/notikumi/par-mazumtirdzniecibas-apgrozijumu-2012gada-marta-33332.html> - skatīts 21.06.2012)

	2012 I–III % pret 2011 I–III (kalendāri izlīdzināts)	2012 III % pret	
		2012 II (sezonaļi izlīdzināts)	2011 III (kalendāri izlīdzināts)
Pavisam mazumtirdzniecība	111.7	100.5	110.0
<i>mazumtirdzniecība ar pārtikas precēm, kopā</i>	104.3	99,30	103.2
<i>mazumtirdzniecība ar nepārtikas precēm, kopā (bez auto degvielas mazumtirdzniecības)</i>	119.0	100.7	116.2
mazumtirdzniecība nespecializētajos veikalos, kur pārsvarā ir nepārtika	95,80	100.1	93,40
farmaceutisko un medicīnisko preču mazumtirdzniecība	109.0	102.1	106.7
tekstilizstrādājumu, apģērbu, apavu un ādas izstrādājumu mazumtirdzniecība	129.2	105.0	126.5
metālizstrādājumu, instrumentu, būvmateriālu un santehnikas mazumtirdzniecība	124.2	104.6	122.8
mēbeļu, apgaismes ierīču un cita veida māsaimniecības piederumu mazumtirdzniecība	136.4	94.0	120.0
<i>auto degvielas mazumtirdzniecība</i>	105.2	101.8	105.8

Kā redzams 7. tabulā, tad mazumtirdzniecības apgrozījuma indekss, 2012. gada I-III salīdzinājumā ar 2011 gada I-III, ir palielinājies pa 11.7%. Bet, ja salīdzina 2012. gada III periodu ar 2011. gada III periodu, tad pieaugums ir mazāks par 10%. Un 2012 gada III perioda apgrozības indekss pieaug tikai pa 5%, salīdzinājumā ar 2012. gada II periodu. Vairāk SIA „INAPO” ietekmē mazumtirdzniecība ar pārtikas precēm. Šajā sadalījumā pieaugums ir vērējoms mazāks – salīdzinot 2012. gada I-III periodu ar 2011. gada I-III periodu, tad apgrozījuma indekss palielinās tikai pa 4.3%. Un pat 2012 gada III perioda apgrozības indekss samazinās pa 0,7%, salīdzinājumā ar 2012. gada II periodu.

2012.gada augustā pārtikas preču mazumtirdzniecības apgrozījums pieauga par 2,8%, savukārt nepārtikas preču mazumtirdzniecības apgrozījums bija par 13,4% (pēc

sezonāli neizlīdzinātiem datiem salīdzināmajās cenās) lielāks nekā pirms gada. Visstraujāk pieauga sporta preču un spēļu mazumtirdzniecības apjomi (par 69,2%), apģērbu un apavu mazumtirdzniecība (par 32,2%), mēbeļu un apgaismes iekārtu mazumtirdzniecības apjomi, kā arī mazumtirdzniecība interneta veikalos un pa pastu.

Mazumtirdzniecības apgrozījuma samazinājums bija vērojams grāmatu, avīžu un kancelejas preču tirdzniecībā, audio un video ierakstu mazumtirdzniecībā, kā arī mazumtirdzniecībā stendos un tirgos.

Ekonomikas ministrija prognozē, ka pozitīva mazumtirdzniecības apgrozījuma pieauguma tendence turpināsies līdz gada beigām. (<http://www.delfi.lv/business/viedokli/em-mazumtirdzniecibas-apgrozijums-gada-griezuma-joprojam-turpina-strauji-pieaugt.d?id=42707854> – skatīts 10.10.2012)

Mazumtirdzniecība ES

Mazumtirdzniecības apgrozījums Latvijā 2012. gada jūnijā, salīdzinot ar 2011. gada attiecīgo mēnesi, palielinājās par 8,4%, kas ir straujākais pieaugums Eiropas Savienībā (ES), atsaucoties uz ES statistikas biroja Eurostat datiem, raksta ziņu aģentūra LETA.

Līdzīgi kā Latvijā mazumtirdzniecība 8,4% apmērā jūnijā palielinājās arī Igaunijā.

Lielākais mazumtirdzniecības apjoma kāpums aiz Latvijas un Igaunijas jūnijā fiksēts Luksemburgā – par 5,9% un Rumānijā – par 3,9%. Tikmēr Lietuvā mazumtirdzniecība gada salīdzinājumā pieauga par 3,1%.

Savukārt lielākais mazumtirdzniecības samazinājums reģistrēts Portugālē – par 5,3%, Spānijā – par 5,1% un Maltā – par 4,3%.

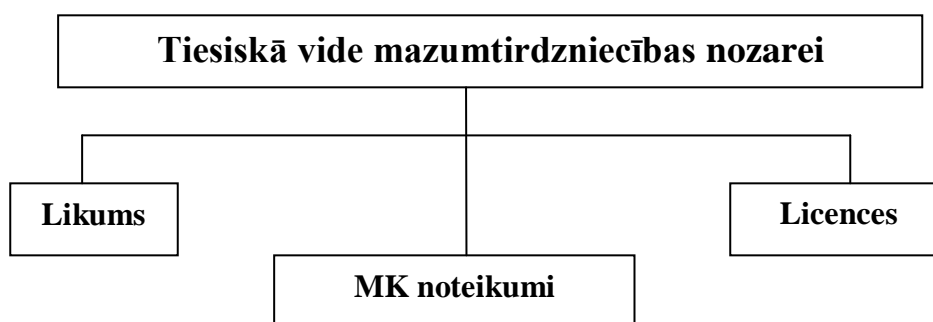
No visām dalībvalstīm, par kurām pieejama informācija, mazumtirdzniecības apjoms pieauga 12 ES valstīs, samazinājās astoņās un nemainījās Austrijā.

Kopumā ES valstīs mazumtirdzniecības apgrozījums jūnijā, salīdzinot ar 2011. gada attiecīgo mēnesi, samazinājās par 0,7%, bet eirozonā – par 1,2%. Savukārt salīdzinājumā ar iepriekšējo mēnesi mazumtirdzniecības apgrozījums ES samazinājās par 0,3%, bet eirozonā pieauga par 0,1%. (<http://nekrize.lv/latvija-junija-straujukais-mazumtirdzniecibas-pieaugums-es/> - skatīts 15.09.2012) To veicinājusi Eiro zonas valstu ekonomiskā krīze.

2. TIESISKĀS BĀZES IZPĒTE MAZUMTIRDZniecības NOZARĒ

SIA „INAPO” darbībai tāpat kā jebkurai veiksmīgai tautsaimniecības nozares pastāvēšanai ir nepieciešami valsts noteikti normatīvie akti. Mazumtirdzniecības nozare nav izņēmums, tās tiesiskā vide ir atspoguļota 4. attēlā un detalizētāk atspoguļots ir 1. pielikumā.

4. attēls. Mazumtirdzniecības nozares tiesiskā vide (autores veidots)



Likumi

Uzņēmējdarbību jeb komercdarbību regulē un ierobežo dažādi likumi.

Komerclikums

Pamata likums, pēc kura ir jāvadās, uzsākot savu komercdarbību, ir komerclikums, kas stājies spēkā 2002. gada 14. februārī un atbilst pasaules attīstības tendencēm uzņēmējdarbībā. (<http://www.likumi.lv/doc.php?id=5490> - skatīts 10.09.2012)

Likums par grāmatvedību

Jebkuram uzņēmumam, kas uzsācis savu darbību, ir pienākums kārtot grāmatvedību.

Likums attiecas uz komersantiem, kooperatīvajām sabiedrībām, ārvalstu komersantu filiālēm un nerezidentu (ārvalstu komersantu) pastāvīgajām pārstāvniecībām, biedrībām un nodibinājumiem, politiskajām organizācijām (partijām) un to apvienībām, reliģiskajām organizācijām, arodbiedrībām, iestādēm, kuras tiek finansētas no valsts budžeta vai pašvaldību budžetiem, uz valsts vai pašvaldību aģentūrām, citām juridiskajām un fiziskajām personām, kas veic saimniecisko darbību (turpmāk — uzņēmums). (<http://www.likumi.lv/doc.php?id=66460> - skatīts 10.09.2012)

Gada pārskata likums

Likums ar grozījumiem, kas izsludināti līdz 2003.gada 11.decembrim – par kārtību, kā jāveido un jāiesniedz uzņēmumu gada pārskati.

Grāmatvedībā uzskatāmi atspoguļojami visi uzņēmuma saimnieciskie darījumi, kā arī katrs fakts vai notikums, kas rada pārmaiņas uzņēmuma mantas stāvoklī (turpmāk — saimnieciskie darījumi). (<http://www.likumi.lv/doc.php?id=66461> - skatīts 12.12.2011.)

Likums par nodokļiem un nodevām

Likums nosaka nodokļu un nodevu veidus un reglamentē nodokļu un nodevu noteikšanas kārtību, to iekasēšanu un piedziņu, nodokļu un nodevu maksātāju un nodokļu un nodevu administrācijas tiesības, pienākumus un atbildību, nodokļu maksātāju reģistrācijas kārtību, kā arī nodokļu un nodevu jautājumos pieņemto lēmumu pārsūdzēšanas kārtību. (<http://www.vid.gov.lv/default.aspx?tabid=8&id=2982&hl=1> - skatīts 19.06.2011.)

Alkoholisko dzērienu aprites likums.

Likums regulē jebkuras darbības ar alkoholiskajiem dzērieniem un tā reklāmu. Nosaka, ka mazumtirdzniecībai ir nepieciešama speciāla atļauja alkoholisko dzērienu tirgošanai. Ja alkoholisko dzērienu mazumtirgotāji tirgo tikai alu, tiem ir nepieciešama alus mazumtirdzniecības licence. Likums regulē norēķinu kārtību. Norēķinus alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecībā, kā arī alus ražotāju un mazumtirgotāju savstarpējos norēķinus var veikt bezskaidras vai skaidras naudas norēķinu veidā. Likums nosaka alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecības aizliegumus. Kā arī alkoholisko dzērienu reklāmas ierobežojumus. (<http://www.likumi.lv/doc.php?id=88009> - skatīts 15.09.2012.)

Likums par pārtikas aprites kārtību un uzraudzību.

Šis likums regulē pārtikas aprites kārtību, pārtikas kvalitātes valsts uzraudzību un kontroli, kā arī nosaka atbildību par šā likuma un uz tā pamata izdoto normatīvo aktu pārkāpumiem. Šā likuma mērķis ir nodrošināt kvalitatīvas un cilvēku veselībai nekaitīgas pārtikas apriti. Šis likums attiecas uz visu veidu pārtiku, kas iegūta, ražota vai importēta un paredzēta izplatīšanai, izņemot zāles, kuru apriti regulē likums "Par farmaceitisko darbību". Ierobežojumus pārtikas reklāmai, kā arī kārtību, kādā izsniedzamas atļaujas pārtikas reklāmai masu informācijas līdzekļos, nosaka Ministru kabineta noteikumi.

Ugunsdrošības un ugunsdzēsības likums.

Likums nosaka ugunsdrošības, ugunsdzēsības un glābšanas dienestu un organizāciju sistēmu, fizisko un juridisko personu uzdevumus un kompetenci ugunsdrošības un ugunsdzēsības jomā, kā arī Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienesta struktūru, funkcijas, Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienestā dienējošo specializētā valsts civildienesta ierēdņu dienesta gaitu, pienākumus, tiesības, tiesisko aizsardzību un sociālās garantijas. (<http://www.likumi.lv/doc.php?id=68293> - skatīts 19.06.2011.)

Ministra kabineta noteikumi, lēmumi un licences

Tirdzniecību regulējošie noteikumi

Ļoti būtiski uzņēmuma vadītājam ir ievērot darba drošības un darba aizsardzības noteikumus uzņēmumā, kas ietver sevī gan ugunsdrošības, gan sanitārās normas.

Ja uzņēmumā tiek nodarbināts vismaz viens darbinieks, tad svarīgi ir ievērot darba likuma prasības.

Tirdzniecības uzņēmumam savā darbībā jāvadās pēc mazumtirdzniecības noteikumiem, alkoholisko dzērienu tirdzniecības noteikumiem kā arī jāievēro pārtikas preču marķēšanas noteikumi un alkoholisko dzērienu marķēšanas noteikumi.

Prasības dzīvnieku barības mazumtirdzniecībai (Ministru kabineta noteikumi Nr.1035).

Noteikumi nosaka prasības par dzīvnieku barības tirdzniecību, uzglabāšanas apstākļus un barības iepakojuma maiņas nosacījumus mazumtirdzniecības vietās. (<http://www.likumi.lv/doc.php?id=221138> - skatīts 16.09.2012.)

Atsevišķu uzņēmējdarbības veidu licencēšanas noteikumi

Noteikumi nosaka tos uzņēmējdarbības veidus, kuru veikšanai juridiskajām personām ir noteikti uzņēmējdarbības ierobežojumi un nepieciešama speciāla atļauja (licence), kā arī kārtību, kādā tā tiek izsniegta.

Licence alkohola un tabaka tirdzniecībai

Alkoholisko dzērienu un tabakas izstrādājumu tirdzniecībai ir nepieciešama speciāla atļauja- licence. (Likums “Par akcīzes nodokli” uzskaita tos alkohola un tabakas izstrādājumu veidus, kuriem nepieciešama licence). Ja alkoholisko dzērienu mazumtirgotāji tirgo tikai alu, tiem nepieciešama tikai alus mazumtirdzniecības licence. Licence dod tiesības veikt attiecīgās darbības tikai licencē norādītajā vietā. Licenci ir tiesības izmantot tikai personai, kurai tā ir izsniegta. (<http://www.likumi.lv/doc.php?id=100519> - skatīts 15.09.2012.)

Ugunsdrošības noteikumi nosaka ugunsdrošības prasības, kas fiziskajām un juridiskajām personām jāievēro, lai neatkarīgi no objekta īpašuma formas un atrašanās vietas novērstu un sekmīgi dzēstu ugunsgrēkus, kā arī mazinātu to sekas.

Noteikumi “Par pārtiku”.

Noteikumi regulē pārtikas aprites kārtību, pārtikas produktu kvalitātes valsts uzraudzību un kontroli, kā arī nosaka atbildību par šo noteikumu un uz to pamata izdoto tiesību aktu pārkāpumiem. Šo noteikumu mērķis ir nodrošināt kvalitatīvas, nekaitīgas un pilnvērtīgas pārtikas apriti. Šie noteikumi attiecas uz visu veidu pārtiku, kas iegūta vai pašražota, vai importēta un paredzēta izplatīšanai. Ierobežojumus pārtikas produktu reklāmai,

kā arī kārtību, kādā izsniedzamas atļaujas pārtikas produktu reklāmai masu informācijas līdzekļos, nosaka atsevišķi Ministru kabineta noteikumi. (<http://www.likumi.lv/doc.php?id=115573> - skatīts 16.09.2012.)

Nodokļi

Uzņēmuma ienākuma nodoklis:

Ienākuma nodoklis – ir obligātais maksājums budžetā no uzņēmēju ienākumiem pēc noteiktās likmes.

SIA „INAPO” ir Latvijas uzņēmums, rezidents, kas veic uzņēmējdarbību, tādējādi, tas ir uzņēmumu ienākuma nodokļa maksātājs.

Nodokļu aplikšanas objekts ir viss ienākums, ko uzņēmums saņēmis taksācijas periodā, gan Latvijā, gan arī aiz tās robežām.

Uzņēmuma ienākuma nodokļa maksāšanas kārtība ir noteikta avansā.

Sastāda kopā ar peļņas / zaudējumu aprēķinu.

Uzņēmuma ienākuma nodoklis tiek uzskaitīts kontā 5710 un atbilstoši VID norādījumiem veikta tā samaksa un kā arī veikti avansa maksājumi.

Iedzīvotāju ienākuma nodoklis:

Iedzīvotāju ienākuma nodoklis ir nodoklis, ar ko apliek fiziskās personas gūtos ienākumus.

Algas nodokļa maksātāja mēneša apliekamais ienākums ir viņa mēneša ienākums, atskaitot likumā noteiktos neapliekamos ienākumus.

Algas nodoklis iemaksājams budžetā reizi mēnesī, kad bankā tiek saņemta nauda izmaksai. Uzņēmums no kases ieņēmumiem, nesņemot naudu bankā, iemaksā algas nodokli budžetā nākamajā dienā pēc algas izmaksas.

Uzņēmums par katru mēnesi aprēķinātajām, ieturētajām un budžetā ieskaitītajām nodokļa summām iesniedz pārskatu Valsts ieņēmumu dienesta nodaļai līdz sekojošā mēneša 15.datumam, par iepriekšējo periodu.

Iedzīvotāju ienākumu nodoklis tiek ieturēts no darbinieku darba algas 25% apmērā no apliekamiem ienākumiem, tiek uzskaitīti bilances kontā 5720 un tiek nomaksāti nākamo atskaišu periodā.

Sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas:

Likumā noteikti šādi sociālās apdrošināšanas veidi:

- Valsts pensiju apdrošināšana
- Sociālā apdrošināšana bezdarba gadījumam
- Sociālā apdrošināšana pret nelaimes gadījumiem darbā un arodslimībām

- Invaliditātes apdrošināšana
- Maternitātes un slimības apdrošināšana

Uzņēmums (darba ņēmējs) tiek apdrošināts visiem valsts sociālās apdrošināšanas veidiem un sociālo iemaksu likme ir noteikta likumā.

Darba ņēmēju un darba devēju sociālo iemaksu objekts ir visi algotā darba ienākumi, no kuriem jāietur algas nodoklis (iedzīvotāju ienākuma nodoklis) no algotā darba ienākumiem.

Valsts sociālās apdrošināšanas iemaksas tiek uzskaitītas 5722 kontā no darbinieku bruto algas aprēķinot 11%, kas tiek atvilkti no darba algas un darba devēja nodoklis 24,09% apmērā, kas tiek uzskaitītas izmaksu kontā 7310 un tiek samaksāti budžetā atskaišu dienā 24. datumā.

Pievienotās vērtības nodoklis:

Pievienotās vērtības nodoklis ir mākslīgs, no valdības puses, jebkuras preces, produkcijas vai pakalpojuma pārdošanas cenas palielinājums.

Latvijā budžetā iemaksājamā pievienotās vērtības nodokļa aprēķinam tiek izmantota netiešā atrēķināšanas jeb ieskaites metode.

Pievienotās vērtības nodokļa aprēķins jāiesniedz pēc taksācijas perioda 15.datumā atkarībā no uzņēmuma netto apgrozījuma - katru mēnesi, reizi ceturksnī vai reizi pusgadā. SIA „INAPO” atskaiti iesniedz katru mēnesi.

Vislielākais nodoklis, ko maksā uzņēmums ir pievienotās vērtības nodoklis (PVN), ko uzskaita kontā 5721.

Nekustamā īpašuma nodoklis:

Nekustamā īpašuma nodoklis ir nodoklis ar ko apliek gan zemi, gan ēkas un būves.

Deklarāciju par ēkām un būvēm iesniedz tajā pašvaldībā, kurā atrodas īpašums.

Valsts ieņēmumu dienestā iesniedz kopsavilkuma deklarāciju.

Aprēķina pēc vidējās bilances vērtības, nodokļa likme ir 1,5%.

Uzņēmums vispirms sastāda nodokļa aprēķinu (deklarāciju) par paredzamajiem maksājumiem un iesniedz to pašvaldībā pēc ēku un būvju atrašanās vietas līdz taksācijas gada 1.februārim.

Gada beigās sastāda pārskatu, ko iesniedz katrā pašvaldībā un kopsavilkumu iesniedz valsts ieņēmumu dienestā.

Ja kopējā summa ir virs 2000Ls, tad šo nodokļa summu sadala pa mēnešiem vienlīdzīgās daļās, ja maksājamā summa nepārsniedz 2000Ls, tad gadā ir četri likumā noteikti maksāšanas termiņi.

Ar nekustamā īpašuma nodokli apliek tās ēkas un būves, kuras tiek izmantotas saimnieciskajā darbībā.

SIA „INAPO” nekustamā īpašuma nodokli nemaksā.

Uzņēmums par katru darbinieku maksā riska nodevu- par katru darbinieku 0,25 Ls, kas tiek ieskaitīti kontā 7320. (<http://vid.gov.lv/default.aspx?tabid=8&id=181&hl=1> - skatīts19.06.2011.)

3. UZŅĒMUMA SIA „INAPO” DARBĪBAS RAKSTUROJUMS

3.1. SIA „INAPO” raksturojums

Uzņēmums, kurā autore veikusi pētījumu ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA) “INAPO”. Uzņēmuma juridiskā adrese: „Burtnieki”, Vārmes pagasts, Kuldīgas novads, LV-3333. Vārmes pagasta centrs atrodas 6 km attālumā no Saldus – Kuldīgas šosejas, kas neapgrūtina preču piegādi. Preces tiek saņemtas centralizēti no dažādiem piegādātājiem, piemēram, no Kuldīgas, Saldus, Talsiem u.c.

SIA „INAPO” ir reģistrēts Latvijas Republikas uzņēmumu reģistrā 2008. gada 23. oktobrī. Tā dibinātāja ir Inese Podkalne, kas ir vienīgā kapitāldaļu turētāja. Uzņēmuma pamatkapitāls ir 2000 Ls.

Uzņēmuma pamatdarbības veids ir mazumtirdzniecība. Izpētes objekts ir veikals „Pie bērza” Vārmes pagastā, kurš savu uzņēmējdarbību veic nomātās telpās, veikala kopējā platība ir 157 m².

2009. gada 1. februārī SIA „INAPO” iesaistījies Latvijas tirgotāju savienībā „Lats”, kurā:

- maksā biedru naudu;
- viens par otra saistībām neatbild;
- kopējas sadarbības programmas (par precēm);
- informācijas apmaiņa;

Uzņēmuma darbības mērķis – nodrošināt pagastu iedzīvotājus ar pirmās nepieciešamības precēm, līdz ar to, nodrošinot uzņēmumam pozitīvu finansiālo rezultātu.

SIA mērķis ir koncentrēt darbību uz savu biedru un darbinieku ekonomisko un sociālo vajadzību apmierināšanu, iespēju robežās realizējot to produkciju un apkalpojot pārējos iedzīvotājus un juridiskās personas.

Savu mērķu sasniegšanai SIA izvērs uzņēmējdarbību mazumtirdzniecībā, saskaņā ar Saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija NACE kodu - 47.11 Mazumtirdzniecība nespecializētajos veikalos, kuros galvenokārt pārdod pārtikas preces, dzērienus vai tabaku.

Uzņēmumam ir tiesības veikt jebkuru saimniecisko darbību, kas nav aizliegta ar likumu. Darbības veidiem, kuriem nepieciešama speciāla atļauja (licence), tā jāsaņem likumdošanā noteiktajā kārtībā.

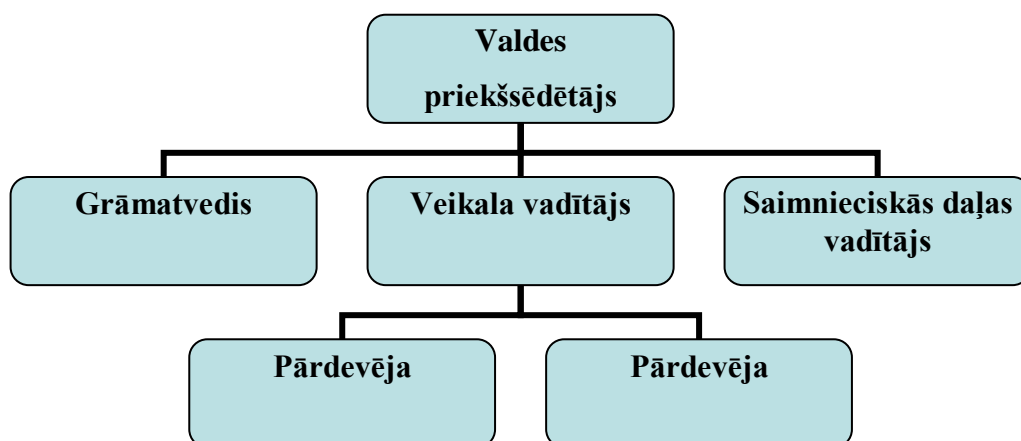
Sabiedrība ar ierobežotu atbildību var veidot uzņēmumus ar vai bez juridiskās personas statusa. SIA „INAPO” atsevišķas nozares uzņēmumi nav izveidoti. Tas darbojas kā vienots SIA.

SIA darbojas ar valdes priekšsēdētājas apstiprinātiem Statūtiem un LR likumiem un normatīviem aktiem.

SIA “INAPO” pamatkapitāls ir materiālie un naudas resursi.

Uzņēmuma struktūra:

5. attēls. Uzņēmuma struktūra (autores veidots).



Kā redzams 5.attēlā, tad uzņēmumā ir valdes priekšsēdētāja, kura ir arī uzņēmuma dibinātāja – Inese Podkalne. Valdes priekšsēdētāja pārvalda grāmatveža, veikala vadītāja un saimnieciskās daļas vadītāja darbu. Bet veikala vadītājs pārvalda 2 pārdevēju darbu.

Uzņēmējdarbības forma:

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību ir Civilā tiesībspēja atbilstoši Statūtiem un spēkā esošajiem likumiem. Tā savā vārdā iegūst mantiskās tiesības un personiskās nemantiskās tiesības un uzņemas pienākumus. Tā var būt prasītāja un atbildētāja tiesā, arbitražā vai šķīrējtiesā. (Joma, 2002, 330)

Uzņēmējdarbības būtība, pamatprincipi, veidi un mērķi

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību pamatprincipi ir :

- 1) brīvprātīga organizācija, kurā var iestāties rīcībspējīgas personas bez jebkāda ierobežojuma, ja šī persona vēlas saņemt Sabiedrība ar ierobežotu atbildību pakalpojumus un uzņemties tās biedra pienākumus atbilstoši uzņēmuma Statūtiem;
- 2) darbību vada tās biedri, aktīvi un demokrātiski piedaloties sabiedrības pārvaldīšanā, kontrolē;
- 3) pamatkapitālu veido tās biedri;

- 4) iegūto peļņu sadala tās biedri (saskaņā ar pilnvaroto lēmumu);
- 5) izmaksas finansē paši biedri, veidojot uzkrājumus un sedzot zaudējumus;

SIA mērķis ir koncentrēt darbību uz savu biedru un darbinieku ekonomisko un sociālo vajadzību apmierināšanu, iespēju robežās realizējot to produkciju un apkalpojot pārējos iedzīvotājus un juridiskās personas.

Preču politika

Ir sen zināma dzīves gudrība, ka nekas nav mūžīgs. Arī jebkura prece nav mūžīga. Par cik katrs ražotājs vēlas, lai viņa prece būtu apgrozībā pēc iespējas ilgāk, tad tam, zinot pašreizējo preces dzīves cikla stadiju, ir nepieciešams prognozēt un plānot turpmāko ražošanu un pārdošanu, kā arī labāk izstrādāt mārketinga stratēģiju un taktiku. Ir ļoti svarīgi definēt uzņēmuma produkta vai pakalpojuma raksturīgākās iezīmes, lai tās atbilstu pircēju vajadzībām. (Beļčikovs, Praude, 1999, 559)

Preces dzīves ciklā tiek izdalītas sekojošas stadijas: izstrāde, ieviešana, attīstība, briedums, kritums.

Protams, preces dzīves cikla atspoguļojumu var izteikt daudzējādi, piemēram, produktu stratēģijas izstrādei un izvērtēšanai var izmantot arī Bostonas matricas palīdzību (skat. 6. attēlā). (Dažādās literatūrās tā tiek attēlota mazliet atšķirīgi).

6. attēls. Bostonas matrica (autores veidots)

↑ Pārdošanas pieauguma tempi ↓ Mazi	Preces- zvaigznes lieli naudas ieņēmumi lielas izmaksas negatīva naudas plūsma	Preces- mežonīgie kaķi mazi naudas ieņēmumi mazi izdevumi negatīva naudas plūsma
	Preces- slaucamās govīs lieli naudas ieņēmumi mazas izmaksas pozitīva naudas plūsma	Preces- suņi mazi naudas ieņēmumi mazi izdevumi negatīva naudas plūsma
	←	→
	Liela	maza

tirgus daļa

Preces - Slaucamās govīs.

Tām ir liela daļa lēna attīstība tirgū. Šie produkti ir galvenais ienākumu avots, kuru var izmantot citu preču attīstībai. Šajā posmā pārsvarā atrodas preces, kuras atrodas brieduma beigu fāzē un sliecas uz krituma fāzi, tādēļ nav ieteicams šī posma produktos ieguldīt lielus līdzekļus, riskējot ar savu nākotni.

Preces - Zvaigznes.

Šie produkti ieņem nozīmīgu tirgus daļu, pie kam pieprasījums aug strauji. Produkti ir vēl jauni un tātad gaidāma sīva konkurence.

Prece s- Mežonīgie kaķi.

Tirgus daļa ir maza, bet ir iespējamās lielas izaugsmes iespējas, ko varēs īstenot, ja būs iespējamie resursi un zināšanas. Nākotnes perspektīvas produktam nav īsti skaidra, jo augošs tirgus piesaistīs arvien jaunus dalībniekus, tādēļ to dažreiz dēvē par “Rūpju bērnu”

Preces - Suns.

Te ievietojami savu laiku nokalpojuši produkti, kuriem gandrīz nav nākotnes, kurus ieteicams izņemt no apgrozības, vai samazināt produktu ražošanu, vai arī samierināties ar esošo stāvokli. (Худокормова, 1993, 571)

Veikalā „Pie bērza” tiek piemērota lauku iedzīvotājiem pirmām nepieciešamības vajadzībām. Pārsvārā preču sortiments netiek mainīts, jo lauku iedzīvotāji ir konservatīvi, pieturas pie pārbaudītām vērtībām un ļoti lēni adaptējas. Tieši šī iemesla dēļ lielākoties tiek ņemtas preces, kas pēc Bostonas matricas atrodas - Slaucamas govju stadijā. Ņemot vērā lauku iedzīvotāju pieprasījumu veikalā tiek piedāvātas preces, kas atrodas – Suns stadijā, kam ir mazs apgrozījums un dod mazus ienākumus, bet tomēr ir nepieciešamas, kā, piemēram, putraini, grūbas un tamlīdzīgas preces.

Veikalā tiek tirgotas pārtikas preču grupas un pirmās nepieciešamības preces.

Ejošākās preču grupas veikalā „Pie bērza”:

- Gaļas izstrādājumi (Rīgas Miesnieks, Rēzeknes gaļas kombināts, Nākotne, RAMATA, ĀDAŽI (gaļas pārstrāde)).
- Maizes izstrādājumi (Kuldīgas RPB, Bēnes PB, Hanzas maiznīca)
- Piena produkti (Rīgas piensaimnieks, Rīgas piena kombināts, Valmieras piens)
- Cigaretetes (Greis, Karsten-sanitex)
- Alkohols (Aldaris, AVD)

Cenu politika

Cena – tiek nolemts, kāda būs cenu stratēģija. Pat ja nolemj neprasīt maksu par pakalpojumu, ir jāsaprot, ka tā tomēr ir cenu stratēģija - tiek veidota atkarībā no piegādātājiem, respektīvi, no preces pašizmaksas. Tirdzniecības cena ir uzlikta procentuāli neliela, kas atbilst vidējām tirgus cenām un preces kvalitātei. Cenas tiek iedalītas mazumcenās un vairumcenās , kas sastāda 20% starpību.(Дихтль, Хершген,1995, 243)

Pārdošanas cenas tiek noteiktas vienoti visā Latvijas Tirgotāju savienībā. Tā kā Tirgotāju savienībā ietilpst ļoti daudzi uzņēmumi, ir iespējams nodrošināt pietiekami lielu apjomu, kas nodrošina no ražotājiem un piegādātājiem zemu iepirkuma cenu, līdz ar to, tirgotāji var nodrošināt konkurētspējīgu, zemu cenu, kas ir ļoti būtiski lauku pircējam, jo šī iedzīvotāju kategorija pamatā izvēlas precī pēc tās cenas. Pievilcīgā pārdošanas cena nodrošina pietiekami lielus pārdošanas apjomus. Pamatā cenu dēļ pircēji iepērkas šajā veikalā. Konkrētais preču uzcenojums katrai preču grupai ir atšķirīgs, bet tas netiek izpausts, jo ir uzņēmuma komercnoslēpums.

Veikals „Pie bērza” pamatā pielieto komercreklāmu preču reklamēšanai, kombinējot to ar preču realizācijas stimulēšanas veidu - cenu atlaidēm. Latvijas Tirgotāju savienība savam tirdzniecības tīklam izdod reklāmas avīzi, kas iznāk reizi mēnesī uz sešām lapaspusēm un ietver preces, kurām ir atlaides, kā arī tiek reklamēti jaunumi. Avīze ir krāsaina no kvalitatīva papīra ar izteismīgiem fotoattēliem. Noformējums katru mēnesi ir atšķirīgs, atbilstošs sezonalitātei un svētku mēneša raksturam. Avīze ir pārskatāma, fotoattēli un tai pievienotā informācija (iepriekšējā cena, jaunā cena, svars, kilograma cena, ražotājs) ir skaidri saskatāma un izlasāma. Piedāvātās cenu atlaides ir pietiekami lielas un pircējiem ieinteresējošas, piem., „Alus sardeles”, kurām iepriekšējā kg cena bija 2.39 Ls, bet atlaides cena ir 1.38 Ls. Atlaides cena ir 1.01 Ls, kas ir liela un pievilcīga pircējiem. Latvijas Tirgotāju savienības „Lats” mārketinga speciālisti ir novērtējuši, ka šodien pircēju var ieinteresēt ar zemākām cenām, tādēļ piedāvā lielākas atlaides. Avīze tiek izdota visiem „Lats” tīkla veikaliem vienāda. Veikals „Pie bērza” sava uzņēmuma reklāmu nekur nav izvietojis un nereklamē.

Personiskā apkalpošana – kontakti ar klientiem, verbālā komunikācija ar nolūku motivēt un pārliecināt izdarīt pirkumu. Personisko apkalpošanu lietderīgi izmantot maza biznesa uzņēmumiem (mazpilsētā, laukos, kur cilvēki pazīst viens otru un tāpēc izvēlas, tieši šī uzņēmuma pakalpojumus).

3.2. Uzņēmuma darbību nodrošinošie materiālie resursi

Uzņēmuma SIA „INAPO” rīcībā savas saimnieciskās darbības nodrošināšanai ir visi nepieciešamie resursi, gan materiālie, gan darbaspēka resursi, lai nodrošinātu veiksmīgu mazumtirdzniecības darbību atbilstoši Latvijas Republikas normatīvo aktu un sanitāro institūtu prasībām ir nepieciešamas dažādu veidu iekārtas:

- plaukti,
- letes,
- saldēšanas iekārtas,
- svāri,
- kases aparāti.

Preču krājumi veikalā regulāri tiek papildināti. Preces pievestas atbilstoši uzņēmumā izstrādātajai preču piegādes veidam. Preču krājums veikalā ir apmierinošs. Preču piegādi nodrošina ražotājs, tādejādi samazinot uzņēmuma izmaksas.

Visus saimnieciskos līgumus slēdz valdes priekšsēdētāja. Veikala vadītāji ir pilnvaroti pieņemt un izsniegt precis veikalā un parakstīt preču saņemšanas un izsniegšanas dokumentus.

Uzņēmums ir nodrošināts ar visām ikdienā nepieciešamajiem dokumentiem uzskaites veikšanai.

3.3. Uzņēmuma grāmatvedības politika

Grāmatvedība SIA „INAPO” tiek vesta atbilstoši „Likumam par grāmatvedību” un nodokļu likumdošanai, kā arī Ministru kabineta noteikumiem, šie noteikumi ir pamats grāmatvedības dokumentācijai. Grāmatvedības kārtošana tiek izmantota grāmatvedības programma „Zalktis”.

Grāmatvedības politika

Vispārīgie principi. Gada pārskats sagatavots atbilstoši:

- Likumam „Par grāmatvedību”
- Likumam „Gada pārskata likums”
- Latvijas grāmatvedības standartiem:
 - 1.LGS „Finanšu pārskatu sagatavošanas pamatnostādnes”
 - 2.LGS „Naudas plūsmas pārskats”
 3. LGS „Notikumi pēc bilances datuma”
 4. LGS „Grāmatvedības politikas maiņa, grāmatvedības aplēšu izmaiņas un iepriekšējo periodu kļūdas”
 - 5.LGS „Ilgttermiņa līgumi”
 - 6.LGS „Ieņēmumi”
 7. LGS „Pamatlīdzekļi”

8. LGS Uzkrājumi, iespējamās saistības un iespējamie aktīvi”

9. LGS Ieguldījuma īpašumi”.

Peļņas vai zaudējumu aprēķins sastādīts, atbilstoši apgrozījuma izmaksu shēmai.

Salīdzinot ar iepriekšējo pārskata gadu, uzņēmumā lietotās uzskaites un novērtēšanas metodes nav mainītas.

Finanšu pārskata posteņi ir novērtēti atbilstoši šādiem principiem:

- 1) pieņemot, ka uzņēmums darbosies arī turpmāk;
- 2) izmantojot tās pašas novērtēšanas metodes, kas izmantotas iepriekšējā gada pārskatā;
- 3) novērtēšana veikta ar pienācīgu piesardzību:
 - pārskatā iekļauta tikai līdz bilances datumam iegūtā peļņa;
 - ņemtas vērā visas paredzamās riska summas un zaudējumi, kas radušies pārskata gadā un iepriekš;
 - aprēķinātas un ņemtas vērā visas vērtības samazināšanās un nolietojuma summas, neatkarīgi no tā vai pārskata gads tiek noslēgts ar peļņu vai zaudējumiem;
 - peļņas un zaudējumu aprēķinā ietverti ar pārskata gadu saistītie ieņēmumi un izmaksas neatkarīgi no maksājuma datuma un rēķina saņemšanas vai izrakstīšanas datuma ;
 - izmaksas ir saskaņotas ar ieņēmumiem attiecīgajos pārskata periodos.
- 4) aktīva un pasīva posteņu sastāvdaļas novērtētas atsevišķi;
- 5) pārskata gada sākuma bilance saskan ar iepriekšējā gada slēguma bilanci;
- 6) norādīti visi posteņi, kuri būtiski ietekmē gada pārskata lietotāju novērtējumu vai lēmumu pieņemšanu;
- 7) uzņēmuma saimnieciskie darījumi iegrāmatoti un atspoguļoti gada pārskatā, ņemot vērā to ekonomisko saturu un būtību, nevis tikai juridisko formu.

Ieņēmumu atzīšana un neto apgrozījums. Neto apgrozījums ir gada laikā pārdotās produkcijas un sniegto pakalpojumu vērtības kopsumma, atskaitot piešķirtas atlaides un pievienotās vērtības nodokli. Ieņēmumi no preču pārdošanas Latvijā tiek atzīti, kad pircējs ir preces akceptējis.

Ieņēmumi no pakalpojumu sniegšanas tiek atzīti, kad tie tiek sniegti. Ieņēmumi no soda un kavējuma naudām tiek atzīti to saņemšanas brīdī.

Pamatlīdzekļi. SIA " INAPO" visi pamatlīdzekļi sākotnēji novērtēti to iegādes vērtībā. Pamatlīdzekļi ir uzrādīti iegādes vai pārvērtēšanas vērtībā, atskaitot nolietojumu. Nolietojumu aprēķina pēc lineārās nolietojuma aprēķināšanas metodes attiecīgo pamatlīdzekļu lietderīgās izmantošanas laika periodā, lai norakstītu pamatlīdzekļu vērtību līdz tā aplēstajai atlikušajai vērtībai lietderīgās izmantošanas perioda beigās, izmantojot šādas vadības noteiktas likmes (skat. 8. tabulā):

8.tabula. Pamatlīdzekļu nolietojums gadā (J.Benze, 1998)

Pamatlīdzekļi	% gadā
Ēkas un būves	5
Tehnoloģiskās iekārtas	10
Transportlīdzekļi	20
Datortehnika	35
Pārējie pamatlīdzekļi	20

Noma ar izpirkumu. Pamatlīdzekļi, kas iegūti uz finanšu līzings nosacījumiem, pārņemot ar tiem saistītos riskus un atdevi, ir uzskaitīti tādā vērtībā, par kādu tos varētu iegādāties par tūlītēju samaksu. Līzings % un tiem pielīdzināmi maksājumi tiek iekļauti tā perioda peļņas vai zaudējuma aprēķinā, kurā tie radušies.

Debitoru parādi. Debitoru parādi bilancē tiek norādīti neto vērtībā, no sākotnējās vērtības atskaitot speciālos uzkrājumus šaubīgajiem debitoru parādiem. Šaubīgo debitoru parādu apjomu nosaka, veicot katra debitora parāda termiņa analīzi un izmantojot citu atbilstošu informāciju par parāda atgūstamību. Identificētie bezcerīgie debitoru parādi tiek norakstīti pārskata gada zaudējumos, vai, ja tiem iepriekš veidots uzkrājums, tad samazinot tos.

Krājumi. Izejvielu un materiālu un pirktu preču atlikumi tiek uzrādīti iegādes pašizmaksā. Krājumu atlikumu vērtības aprēķināšanai izmanto vidējās svērtās vērtības metodi. Novecojošo, lēna apgrozījuma vai bojāto krājumu vērtības samazinājums ir norakstīts pārskata perioda izmaksās.

Ārvalstu valūtas pārvērtēšana latos. Gada pārskatā un grāmatvedībā par naudas vienību un vērtības mēru ir lietota LR naudas vienība- lats.

Visi darījumi ārvalstu valūtā tiek pārrēķināti latos pēc Latvijas Bankas oficiāli noteiktā valūtas kursa attiecīgā darījuma veikšanas dienā. Līdzekļi un saistības ārvalstu valūtā ir pārrēķināti latos pēc LB noteiktā kursa pārskata perioda pēdējā dienā.

Ārvalstu valūtas kursu svārstību rezultātā gūtā peļņa vai zaudējumi ir atspoguļoti attiecīgā pārskata perioda peļņas vai zaudējumu aprēķinā.

Nauda un tās ekvivalenti. Naudas plūsmas pārskatā nauda un tās ekvivalenti sastāv no naudas kasē, tekošo bankas kontu atlikumiem un īstermiņa depozītiem ar sākotnējo termiņu līdz 90 dienām.

Saistītās puses. Par saistītajām pusēm tiek uzskatīti Sabiedrības dalībnieki, valdes locekļi, viņu tuvi ģimenes locekļi un sabiedrības, kurās minētajām personām ir kontrole vai būtiska ietekme.

Grāmatvedības konta jēdziens, konta uzbūve.

Saimniecisko darījumu reģistrēšanai starpposmā starp bilanču sastādīšanu izmanto īpašas tabulas - kontus. Atkarībā no atspoguļojamo uzskaites objektu veida, kontus iedala aktīva, pasīva, operāciju ieņēmumu un operāciju izdevumu kontos. Konta kreiso pusi sauc par debetu, bet labo par kredītu.

Grāmatvedības konts ir īpašs grāmatvedības paņēmieni uzskaites datu grupēšanai, tekošai uzskaitē un kontrolei.

Kontu plāns ir uzņēmuma lietojamo sintētisko kontu nosaukumu sistematizēts saraksts.

SIA „INAPO” grāmatvedības uzskaitē izmanto standartizēto kontu uzskaites plānu. Bilances aktīvu uzskaitē tiek izmantoti gandrīz visi konti, kuri detalizētāk ir atspoguļoti 2. pielikumā. (Grāmatvedība, skatīts 20.06.2011.)

Grāmatvedības attaisnojošo dokumenti

Attaisnojošos dokumentus izšķir divos veidos, iekšējie un ārējie, ārējiem ir dodama priekšroka.

Attainojošo dokumentu veidi:

Preču pavadzīmes (stingrās uzskaites pavadzīmes)

Pieņemot preces, veikala vadītājs salīdzina preču pavadzīmi ar faktiski dabā saņemto un iekļauj veikala atskaitē;

- Izniedzot preces, izraksta pavadzīmi un izsniedz pircējam, kurš to paraksta un apzīmogo;
- Iekšējās pavadzīmes – pārvietojot preces no viena tirdzniecības punkta uz otru;

Rēķini. Rēķini var būt par sniegtajiem pakalpojumiem (piemēram, elektrība, ūdens, telefons, transporta pakalpojumi, telpu nomu); Uzņēmumā praktiski šo attaisnojošo dokumenta veidu neizmanto.

Avansa norēķinu atskaite. Sastāda personas, kurām ar vadītāja rīkojumu ir atļauts saņemt avansu saimnieciskām vajadzībām, pēc līdzekļu izlietošanas sastāda avansa izlietojuma atskaiti un iesniedz to grāmatvedībā;

Kases ieņēmumu/izdevumu orderi. Šie orderi apstiprina skaidras naudas kustību un pamatojums ir:

- stingrās uzskaites pavadzīme, rēķini, čeki,
- darba algas saraksti, u.c.

Bankas norēķinu konta izraksti (maksājuma uzdevumi). Tie ir bezskaidras naudas norēķini, kur atspoguļojas naudas saņemšanas vai samaksas fakts.

Visi šie dokumenti tiek iesniegti grāmatvedībā, ievadīti grāmatvedības programmā „Zalktis” un par šiem dokumentiem norādīti kontējumi. Dokumentu apgrozības shēma uzņēmumam SIA „INAPO” redzama 2. pielikumā.

Grāmatvedības attaisnojošo dokumentu glabāšana notiek saskaņā ar Ministru kabineta noteikumiem un saskaņā ar arhīva likumu.

Izplatītākie dokumentu glabāšanas laiki ir sekojoši (skat. 9. tabulā):

9.tabula. Izplatītākie dokumentu glabāšanas laiki (J. Benze, 1998)

Glabāšanas laiks	Dokumentu veids
5.gadi	Uzskaites grāmatas, kases grāmatas utml.
75.gadi	Darba algas izmaksu saraksti, darbinieku personas rēķinu kartes, sociālā nodokļa maksājumi
Pastāvīgi	Virsrēķini, gada bilances, pamatlīdzekļu inventarizācijas saraksti

4. SIA „INAPO” SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS ANALĪZE UN TĀS SEKMĒŠANA

Lai uzņēmums varētu gūt ekonomiskus panākumus savā darbības gaitā, ļoti svarīgi ir regulāri veikt saimnieciskās darbības analīzi. Uzņēmuma vadībai ir svarīgi apzināties sava uzņēmuma attīstības pakāpi un finanšu rādītājus, jo, balstoties uz tiem, tiek pieņemti lēmumi par uzņēmuma attīstības iespējām, kā arī tiek noteikta lēmuma riska pakāpe un uzņēmuma finansiālā darbība kopumā.

SIA „INAPO” saimnieciskās darbības analīze tiek veikta trīs daļās – izpētot uzņēmuma ārējo vidi, uzņēmuma iekšējo vidi un finansiālos rādītājus. Katra daļa tiek sadalīta detalizētāk:

- uzņēmuma ārējā vide – makrovide, mikrovide (piegādātāji, klienti, konkurenti);
- uzņēmuma iekšējā vide - uzņēmuma organizatoriskā un personāla pakļautības struktūra, kvalitātes vadības procesi uzņēmumā;
- finanšu analīze - ilgtermiņa ieguldījumi un pamatlīdzekļi, apgrozāmie līdzekļi, finansēšanas avoti, SIA “INAPO” finanšu rādītāju analīze, likviditātes un maksāspējas rādītāji, finanšu stabilitātes analīze, uzņēmuma aktivitātes rādītāji, rentabilitātes rādītāji, finanšu rentabilitāte.

Apskatot veiktos izpētes rezultātus var izvirzīt nepieciešamos pasākumus, lai veiktu SIA „INAPO” darbības sekmēšanu.

4.1. Uzņēmuma ārējā vide

Uzņēmuma makrovide

Makrovide ietekmē ne tikai pašu uzņēmumu, bet arī konkurentus. Makrovide ir tas faktors, kuru uzņēmumam ir daudz grūtāk ietekmēt, nekā mikrovidi, tomēr tas nenozīmē, ka uzņēmums nevar neko darīt, lai makrovides faktoros vērstu sev par labu.

Uzņēmumu ietekmējošie makrovides faktori ir:

- demogrāfiskie;
- ekonomiskie;
- zinātne, tehnika un tehnoloģijas;

- politiski, tiesiskie.

Demogrāfiskie faktori ir saistīti ar iedzīvotājiem. Demogrāfiskā stāvokļa pasliktināšanās valstī stipri ietekmē tirdzniecības apjomus. Tā kā Latvijā ir vērojama dzimstības samazināšanās, kā arī liela daļa darba spējīgie jaunie cilvēki ar ģimenēm izbrauc no valsts, tas palielina vecāko cilvēku īpatsvaru. Vecāka gada gājuma cilvēkiem vajadzības pēc precēm un produktiem ir mazākas, līdz ar to pieprasījums pēc precēm samazinās. Arī Vārmes pagastā vērojama tāda pati tendence, tādēļ veikalā ir grūti saglabāt iepriekšējos pārdošanas apjomus.

Ekonomiskie faktori uzņēmumu ietekmē jau daudz vairāk. Tā kā valstī pašreiz ir ekonomiskā krīze, samazinās darba vietu skaits, darbinieku ienākumi, līdz ar to strauji samazinās mazumtirdzniecības apgrozījums. 2012. gada maijā valstī bezdarba līmenis bija 16,2% , kas bija viens no lielākajiem Eiropas Savienībā. Kuldīgas novadā bezdarba līmenis salīdzinājumā ar citiem apkārtnējiem novadiem ir stipri lielāks, dotajā brīdī pēc nepublicējamiem datiem ir ap 25%. Šis procents ir liels, jo Kuldīgas novadā ir liels bezdarbnieku skaits (3435), bet maz iedzīvotāju.

Zinātnē, tehnikā un tehnoloģijās katrs jauns atklājums var radīt jaunu nozaru veidošanos, jaunu preču un pakalpojumu veidu rašanos. Tirgū zinātnes progresā rezultātā nonāk preces ar uzlabotām lietošanas īpašībām, vai pilnīgi jaunas preces.

Politiski tiesiskie faktori būtiski ietekmē katra uzņēmuma darbību, lai vai kādā nozarē tas darbotos. Uzņēmuma vadībai ir labi jāpārzina un jālieto likumdošanas akti un noteikumi, kas attiecas uz uzņēmuma, pircēja un sabiedrības interesēm, kā arī regulāri jāseko līdzi to izmaiņām, ko arī pētāmā uzņēmuma vadība cenšas darīt.

Uzņēmuma mikrovide

Uzņēmējdarbības ārējo mikrovidi veido piegādātāji, klienti un konkurenti, ko uzņēmējam ir daudz grūtāk mainīt īsā laikā. Tas ir saistīts ar uzņēmēja nespēju tiešā veidā ietekmēt uzņēmējdarbības ārējo mikrovidi.

Uzņēmuma piegādātāji

Nākošais svarīgais faktors ir piegādātāji. Tiek sekots līdzi piegādātāj firmu sortimentiem, cenu aptaujām. Lai nenokļūtu lielā atkarībā no neliela piegādātāju skaita, lai izvairītos no riska, ka kaut kas no preču sortimenta trūkst, uzņēmums pavisam sadarbojas ar 56 piegādātājiem. Ir izveidojusies laba sadarbība ar tādiem piegādātājiem kā – Rīgas Miesnieks, Rēzeknes gaļas kombināts, Nākotne, RAMATA, ĀDAŽI(gaļas pārstrāde).

Kuldīgas RPB, Bēnes PB, Hanzas maiznīca, Maiznīca Dinella, Rīgas piensaimnieks, Rīgas piena kombināts, Valmieras piens, Greis, Karsten-sanitex, Aldaris, AVD, LAIMA, VALDO.

Galvenie kritēriji, pēc kādiem uzņēmums izvēlas ar kādām firmām sadarboties, ir:

- preces kvalitāte – kurai jābūt pēc iespējas labākai;
- cenas – īpašu priekšrocību dod akcijas precēm;
- piegādes termiņi – pēc nepieciešamības, cik ātri tiek notirgota prece;
- apmaksas noteikumi – vislabāk pēcapmaksas vai daļēja pēcapmaksas.

Uzņēmuma darbs ar klientiem

Mainīgajos tirgus apstākļos, uzņēmējam nevajadzētu aizmirst, ka galvenais uzņēmuma attīstības stūrakmens ir klientu apmierinātība ar uzņēmuma darbību. Tāpēc pareiza uzņēmuma attīstības stratēģija un kvalitatīva klientu apkalpošana ir galvenā konkurētspējas priekšrocība.

Analizējot SIA „INAPO” izvēlētajos tirgus segmentēšanu, autore secina, ka uzņēmums pēc grupējuma metodes ir izvēlējis apkalpot lauku iedzīvotāju segmentu. Uzņēmums tirgus aptveršanai pamatā ir pielietojis masu mārketinga stratēģiju un atsevišķām grupām pielietojis diferencēto stratēģiju (piem., minerālmēslus, celtniecības materiālus). (Пилдиг, 1991, 255)

Domājot par klientu apmierinātību, lai uzlabotu informācijas apmaiņu ar pircēju Latvijas Tirgotāju savienība savam tirdzniecības tīklam izdod reklāmas avīzi, kas iznāk reizi mēnesī uz sešām lapaspusēm un ietver preces, kurām ir atlaides, kā arī tiek reklamēti jaunumi. Avīze ir krāsaina no kvalitatīva papīra ar izteismīgiem fotoattēliem. Noformējums katru mēnesi ir atšķirīgs, atbilstošs sezonālībai un svētku mēneša raksturam. Avīze ir pārskatāma, fotoattēli un tai pievienotā informācija (iepriekšējā cena, jaunā cena, svars, kilograma cena, ražotājs) ir skaidri saskatāma un izlasāma. Piedāvātās cenu atlaides ir pietiekami lielas un pircējiem ieinteresējošas, piem., „Alus sardeles”, kurām iepriekšējā kg cena bija 2.39 Ls, bet atlaides cena ir 1.38 Ls. Atlaides cena ir 1.01 Ls, kas ir liela un pievilcīga pircējiem. Latvijas Tirgotāju savienības „Lats” mārketinga speciālisti ir novērtējuši, ka šodien pircēju var ieinteresēt ar zemākām cenām, tādēļ piedāvā lielākas atlaides. Avīze tiek izdota visiem „Lats” tīkla veikaliem vienāda, tai skaitā veikalam „Pie bērza”.

Uzņēmuma pieeja klientu apkalpošanai

Personiskā apkalpošana ir kontakti ar klientiem, verbālā komunikācija ar nolūku motivēt un pārliecināt izdarīt pirkumu. Personisko apkalpošanu lietderīgi izmantot maza

biznesa uzņēmumiem kā tas ir veikalam „Pie bērza”, jo atrodas mazpilsētā, laukos, kur cilvēki pazīst viens otru un tāpēc izvēlas tieši šī veikala preces.

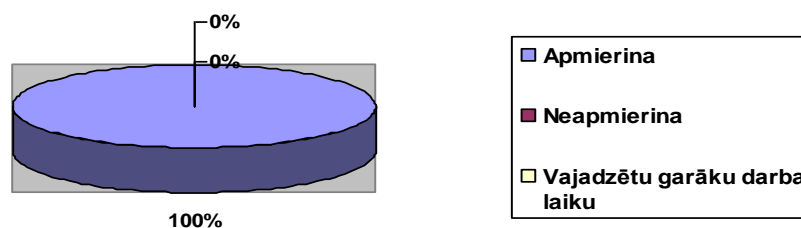
SIA „INAPO” veikalam „Pie bērza” klienti ir prioritāte. Veikalā strādā ļoti pieredzējušas pārdevējas, kuras savu darbību veikalā veic jau no atvēršanas dienas. Līdz ar to, pārdevējas ir ļoti zinošas. Svarīgākās piemītošās prasmes ir piedāvātās produkcijas pārzināšana un spēja konsultēt un komunicēt ar klientu. Tas ir liels pluss, jo lauku cilvēkiem paralēli iepirkšanās procesam ir tendence komunicēt ar pārdevējām. Protams, ir arī atturīgāki pircēji, kuriem nepatīk, ka pārdevējs iepazīstina ar akcijas precēm, vai iesaka pirtākās preces. Līdz ar to, ļoti liela priekšrocība ir teju vai katra klienta atpazīstamība. Tas ļauj veikala pārdevējām pie katra pircēja „pieiet” individuāli. Ir zināms, kurš pircējs vēlēšies aprunāties, bet kurš būs steidzīgs un vēlēšies maksimāli ātru apkalpošanu.

Klientu apmierinātības vērtējums

Lai uzzinātu klienta viedokli, vērtējumu un ierosinājumus par veikala „Pie bērza” darbību, darba laiku, apkalpošanu, piedāvāto produkciju tika veikta aptauja anketas veidā.

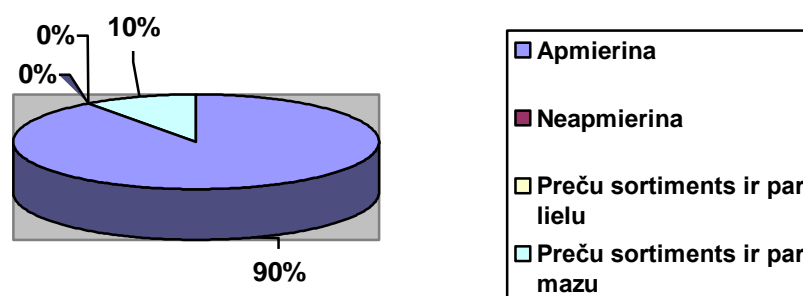
Aptauja tika veikta pēc strukturizētas metodes pēc iepriekš sastādītiem jautājumiem (anketu skatīt pielikumā nr.4.). Aptaujas anketas ir anonīmas. Aptaujas anketas tika izsniegtas 20 respondentiem, Vārmes pagasta iedzīvotājiem. Vadoties pēc darba autora domām anketā ir sastādīti aktuāli jautājumi:

7.attēls 1. jautājums „Vai Jūs apmierina mūsu veikala darba laiks?” (autores veidots)



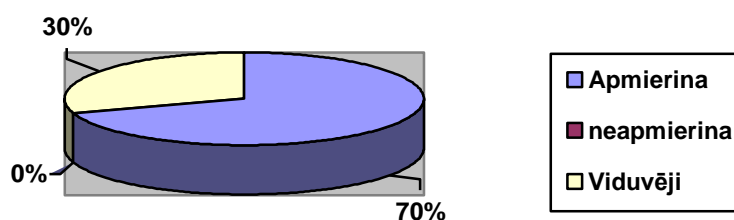
Pēc aptaujas rezultātiem redzams, ka visi aptaujātie respondenti ir apmierināti ar veikala darba laiku.

8.attēls 2. jautājums „Vai Jūs apmierina piedāvātais preču sortiments?” (autores veidots)



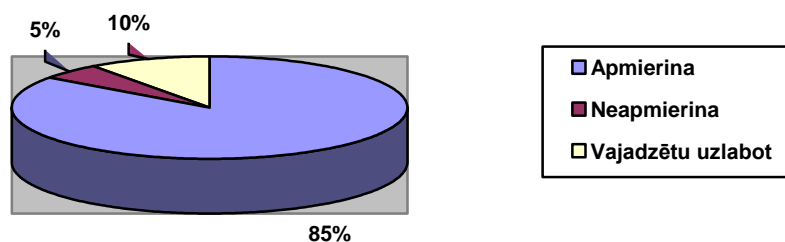
Aptaujas rezultāti rāda, ka lielākā daļa - 90% ir apmierināti ar piedāvāto preču sortimentu un tikai 10% vēlētos, lai tas tiek paplašināts. Konkrētās vēlmes ir paplašināt sieviešu higiēnas preču sortimentu, kā arī paplašināt cigarešu klāstu.

9.attēls 3. jautājums „Vai Jūs apmierina mūsu pārdevēju darbs?” (autores veidots)



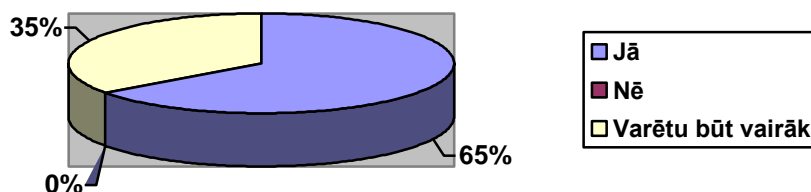
Pieredzējušo pārdevēju darbu novērtē arī 70% aptaujāto respondentu, bet tikai 30% neko īpaši neizceļ.

10.attēls 4. jautājums „Vai Jūs apmierina mūsu reklāmas pasākumi?” (autores veidots)



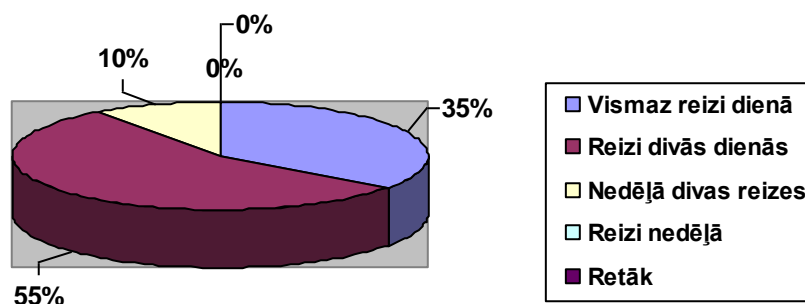
85% ir apmierināti ar piedāvāto veikala reklāmu, bet 5% izteiktā neapmierinātība ir skaidrojama ar klienta vispārējo neieinteresētību. 10% pircēji vēlas redzēt uzlabojumus, bet konkrētus priekšlikumus nav izteikuši.

11.attēls 5. jautājums „Vai Jūs apmierina veikala piedāvātās atlaides?”(autores veidots)



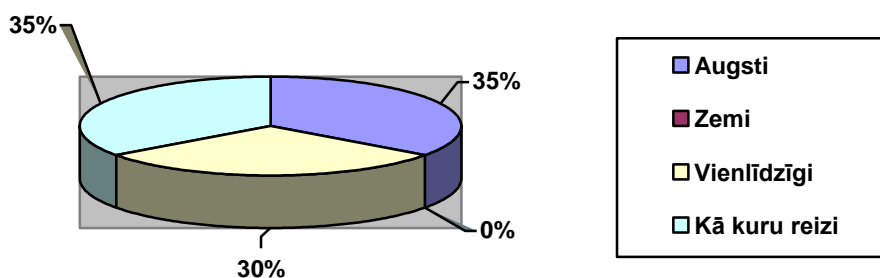
Pēc aptaujas rezultātiem redzams, ka lielākā daļa - 65% aptaujāto respondentu ir apmierināti ar veikala piedāvātajām atlaidēm. Toties 35% vēlas, lai atlaides būtu vēl vairāk.

12.attēls 6. jautājums „Cik bieži Jūs iepērkaties mūsu veikalā?”(autores veidots)



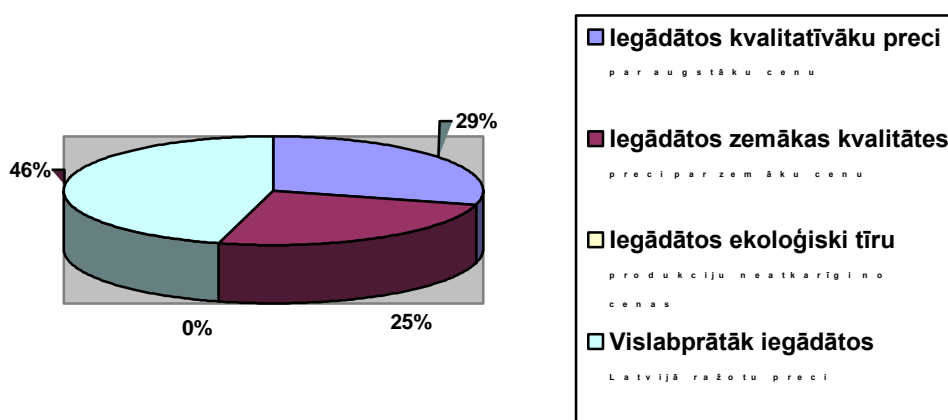
Aptaujas rezultāti rāda, ka 55% aptaujāto respondentu mūsu veikalā iepērkas reizi divās dienās, 35% respondentu iepērkas vismaz reizi dienā, bet 10% aptaujāto mūsu veikalā iepērkas nedēļā divas reizes.

13.attēls 7. jautājums „Kā Jūs vērtējiet mūsu veikalu salīdzinājumā ar konkurentiem?(autores veidots)



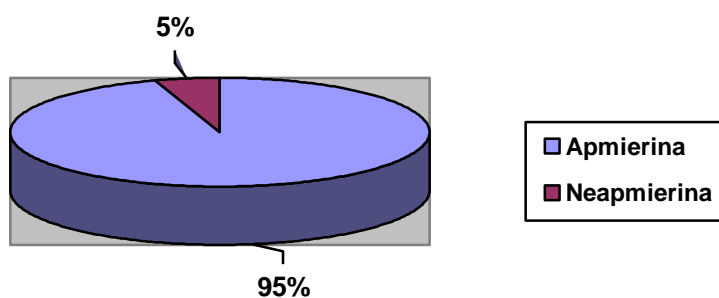
Salīdzinājumā ar konkurentiem, respondenti veikalu vērtē augsti - 35%, kā kuru reizi 35%, bet vienlīdzīgi 30%.

14.attēls 8. jautājums „Vai Jums ir svarīga preces kvalitāte vai cena?”(autores veidots)



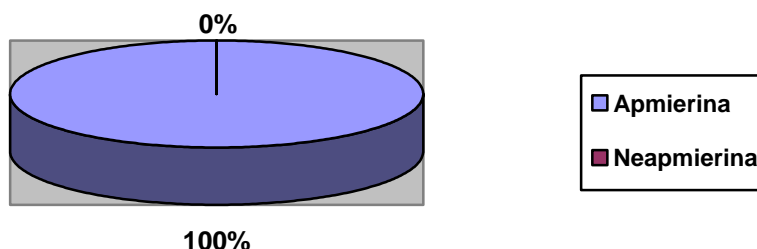
No aptaujātajiem respondentiem lielākā daļa - 46% vislabprātāk iegādātos Latvijā ražotu preci, 29% iegādātos kvalitātīvāku preci par augstāku cenu, bet zemākas kvalitātes preci par zemāku cenu iegādātos 25% aptaujāto respondentu.

15.attēls 9. jautājums „Vai Jūs apmierina preču cenas veikalā?”(autores veidots)



Pēc aptaujas rezultātiem redzams, ka lielākā daļa - 95% aptaujāto respondentu ar preču cenām veikalā ir apmierināti, tikai 5% ar veikala cenām nav apmierināti.

16.attēls 10. jautājums „Vai Jūs apmierina mūsu veikala iekārtojums un preču izvietojums?” (autores veidots)



Aptaujas rezultāti rāda, ka visi aptaujātie respondenti ar veikala iekārtojumu un preču izvietojumu ir apmierināti.

Kopumā aptaujas rezultāti liecina par to, ka pagasta iedzīvotāji ar veikala darbu ir apmierināti un izvēlētais darbības virziens ir pareizs. Aptaujas rezultāti norāda uz to, ka pagastā uzņēmumam ir spēcīgs, līdzvērtīgs konkurents.

Uzņēmuma konkurenti

Lai veiksmīgi plānotu uzņēmuma darbību ir nepieciešams iegūt par saviem konkurentiem maksimāli daudz informācijas. Nepārtraukti ir jāsalīdzina konkrētā uzņēmuma un konkurentu cenas, sadales kanāli, mārketinga darbības un to efektivitāte, kā arī daudzi citi konkurentu darbības aspekti. Šādā veidā uzņēmums var atklāt konkurentu un savas stiprās un vājās puses, kā arī sagatavoties dažādām konkurentu aktivitātēm tirgū.

Galvenais līdzīgu preču grupu konkurents ir veikals „Vārpiņa”, kurš arī atrodas Vārmes pagastā, Kuldīgas novadā.

Veikalam „Pie bērza” tiešais konkurents ir veikals „Vārpiņa”, kas arī ir mazumtirdzniecības uzņēmums. Veikalam jau ir pietiekoši liela darba pieredze, bet tas darbojas individuāli, tas nedarbojas nevienā mazumtirdzniecības ķēdē. Veikals „Pie bērza” un veikals „Vārpiņa” ir izteikti cenu konkurenti, jo savā starpā konkurē ar cenām. Analizējot konkurentu, tika veikta veikala „Pie bērza” cenu salīdzinošā analīze (skat. 10.tabulu).

10.tabula. Veikala „Pie bērza” cenu salīdzināšana ar konkurentu 2012. gada maijā

(autores veidots)

Preces nosaukums	Cena ”Pie bērza”	Cena ”Vārpiņa”	+/-
VALDO zaļie zirnīši 720ml	0.75 Ls	0.78 Ls	+0.03
VALDO rīsi 1000g	1.33 Ls	1.33 Ls	0.00
Smalkais galda sāls „Pavāriņš” 1kg	0.22 Ls	0.23 Ls	+0.01
Hanzas brokastu baltmaize	0.24 Ls	0.26 Ls	+0.02
Delma Extra margarīns 500g	0.75 Ls	0.77 Ls	+0.02
Provansas majonēze Francis 250g	0.49 Ls	0.48 Ls	-0.01
Valdo Light margarīns 400g	0.56 Ls	0.56 Ls	0.00
Talsu krējums skābais25%, 500g	0.70 Ls	0.75 Ls	+0.05
Dan Sukker (cukurs)1kg	0.60 Ls	0.60 Ls	0.00
Jacobs Aroma 100g	1.61 Ls	1.65 Ls	+0.04
Jacobs Aroma 200g	2.85 Ls	2.86 Ls	+0.01
Lipton yellow Label tea 25bags	0.93 Ls	0.96 Ls	+0.03
Estrella diļļu čipsi 80g	0.46 Ls	0.48 Ls	+0.02
Laima Exstra 100g klasiskā šokolāde	0.47 Ls	0.46 Ls	-0.01
Kinder Bueno (šokolādes batoniņš)	0.36 Ls	0.37 Ls	+0.01
Druvas saldējums vafelē	0.25 Ls	0.23 Ls	-0.02
Vichy Clasiyue	0.39 Ls	0.40 Ls	+0.01
Mangaļi Sports 0.5l	0.33Ls	0.33 Ls	0.00
D light Beer+Lemon	0.56 Ls	0.58 Ls	+0.02
CocaCola 0.5l	0.49 Ls	0.48 Ls	-0.01

Cenu analīzē tika izvēlētas preces, kurām dotajā brīdī netiek pielietotas cenu atlaides. Analizējot rezultātus 10. tabulā redzams, ka preču cenu starpība nav īpaši liela, bet kopumā novērojams, ka veikalā „Pie bērza” dotajām precēm cenas ir zemākas. Lielākā cenu starpība ir vērojama tieši akciju precēm, kas veikalā ir ļoti daudz. Piemēram, veikalā „Pie bērza” „Kūpināta krūtiņa” maksā 2.59 Ls, bet konkurenta veikalā „Vārpiņa” maksā 3.70 Ls. Konkurentam nav tik liels atlaižu klāsts. Ja veikalā „Pie bērza” preču reklāmas avīzē ir aptuveni 85 akciju preces, tad veikalā „Vārpiņa” ir tikai aptuveni 30. akciju preces. (Latvijas Tirdzniecības savienības „Lats” (05.2012.) *Preču reklāmas avīze*. 1-4 lpp)

Konkurenta pluss ir pašu īpašumā esošās telpas.

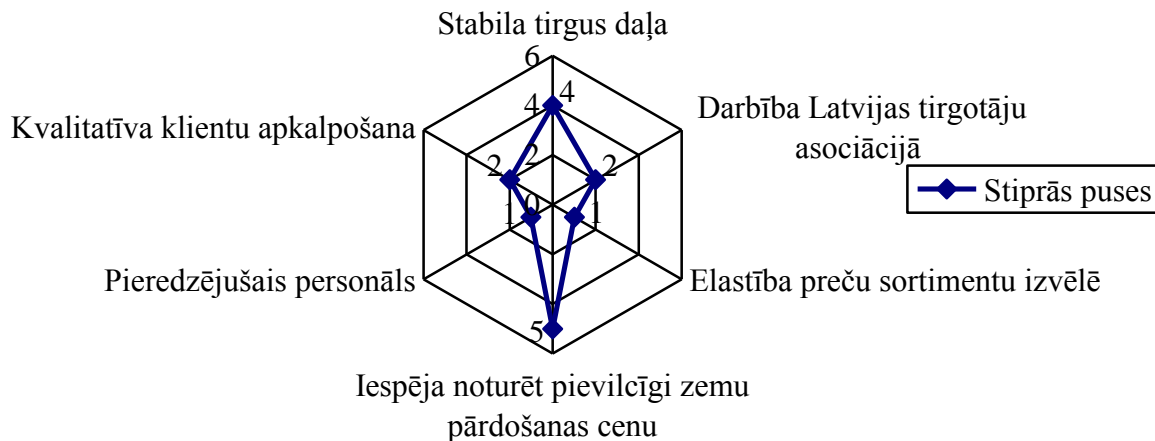
SVID analīze

Veicot SVID (SWOT) analīzi, iepazīstas ar svarīgākajiem faktoriem, kuri ietekmē uzņēmuma darbību. Analīze palīdz izvērtēt faktoros, kas nodrošina uzņēmuma veiksmīgu attīstību un kuri var veicināt tā tālāko izaugsmi. (Эванс Дж.Р., Берман Б., 2002, 308) SVID analīze ir uzņēmuma spēcīgo un vājo pušu, iespēju un draudu analīze. Salīdzinot uzņēmumu ar tā galvenajiem konkurentiem attiecīgajā nozarē, ir jāizvērtē tā stiprās un vājās puses. Salīdzināšanu ir lietderīgi veikt, ņemot vērā šādus rādītājus: produktu vai pakalpojumu kvalitāte, klientu apkalpošana, klientu apmierinājums, finansiālā pozīcija, tehnoloģiskās iekārtas, pamata prasmes, ģeogrāfiskās atrašanās vietas. Tika veikta SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” darbības SVID analīze, to kopējo rezultātu var redzēt 5. pielikumā. Lai uzskatāmāk atspoguļotu SIA „INAPO” darbības SVID analīzi, tad analīzes rezultātiem tiek piemērota Pāru metodi (skat. 6.-9. pielikumus) un to attēlo tīkla diagrammās.

Stiprās puses

1. Stabila tirgus daļa. Ir iekarota stabila tirgus daļa- pastāvīgie klienti.
2. Darbība Latvijas tirgotāju savienībā. Lielais dalībnieku skaits ļauj nodrošināt pietiekami lielus iepirkuma apjomus, kas savukārt atsaucas uz cenu.
3. Elastība preču sortimentu izvēlē. Sadarbība ar lielu piegādātāju skaitu, kas nodrošina plašu izvēli.
4. Iespēja noturēt pievilcīgi zemu pārdošanas cenu. Nodrošina darbība Latvijas Tirgotāju savienībā.
5. Pieredzējušais personāls. Augstas zināšanas veikala darbībā, sortimenta pārzināšana, klientu loka atpazīstamība.
6. Kvalitatīva klientu apkalpošana. Nodrošina patstāvīgu klienta loku.

17. attēls. SIA „INAPO” SVID analīzes stiprās puses (autores veidots)

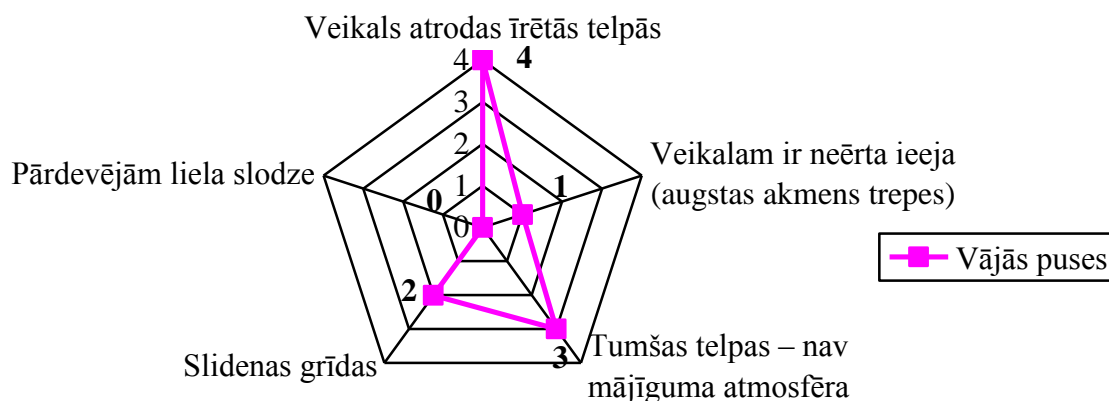


Galvenā prioritātes tika noteiktas pēc Pāru metodes (skatīt 6. pielikumā) un attēlotas tīklu diagrammā – 17. attēlā. Uzņēmuma stiprā puse ir stabila tirgus daļa, kas arī nosaka peļņas apmēru. Otrā prioritātes stiprā puse ir iespēja noturēt pievilcīgi zemu pārdošanas cenu, kas ir ļoti būtiski Vārmes pagasta iedzīvotājiem. Tad seko kvalitatīva klientu apkalpošana un darbība Latvijas tirgotāju asociācijā. Kā arī uzņēmumam ir pieredzējis personāls un elastība preču sortimentu izvēlē.

Vājās puses

1. Veikals atrodas īrētās telpās.
2. Veikalam ir neērta ieeja (augstas akmens trepes).
3. Tumšas telpas – nav mājīguma atmosfēra.
4. Slidenas grīdas.
5. Pārdevējām liela slodze.

18. attēls. SIA „INAPO” SVID analīzes vājās puses (autores veidots)

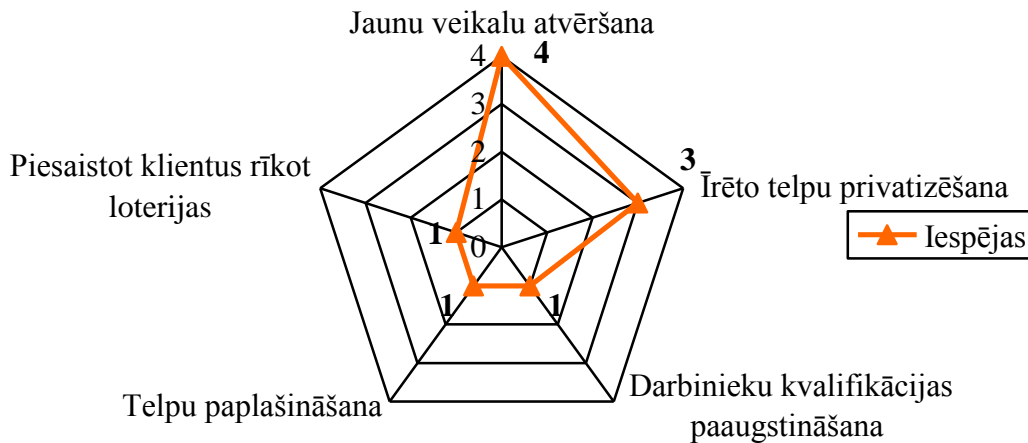


Vissvarīgākās vājās puses attēlotas 18. attēlā un iegūtas pēc Pāru metodes (skat. 7. pielikumā) – SIA „INAPO” veikals „Pie bērza” atrodas īrētās telpās. Otrs lielākais mīnuss – tumšas telpas un nav mājīguma atmosfēra veikalā. Kā arī veikalā ir slidenas grīdas un neērta ieeja ar augstām trepēm. Šie minētie mīnusi ir nelieli un saistīti ar veikala telpām, kurus ar laiku var novērst. No vājajām pusēm mazāk svarīga ir pārdevēju lielā slodze, jo pārslodze ir minimāla un tiek domāts, lai to novērstu.

Iespējas

1. Jaunu veikalu atvēršana – biznesa paplašināšanās.
2. Īrēto telpu privatizēšana – iespējas tās privatizēt.
3. Darbinieku kvalifikācijas paaugstināšana.
4. Telpu paplašināšana.
5. Piesaistot klientus rīkot loterijas.

19. attēls. SIA „INAPO” SVID analīzes iespējas (autores veidots)

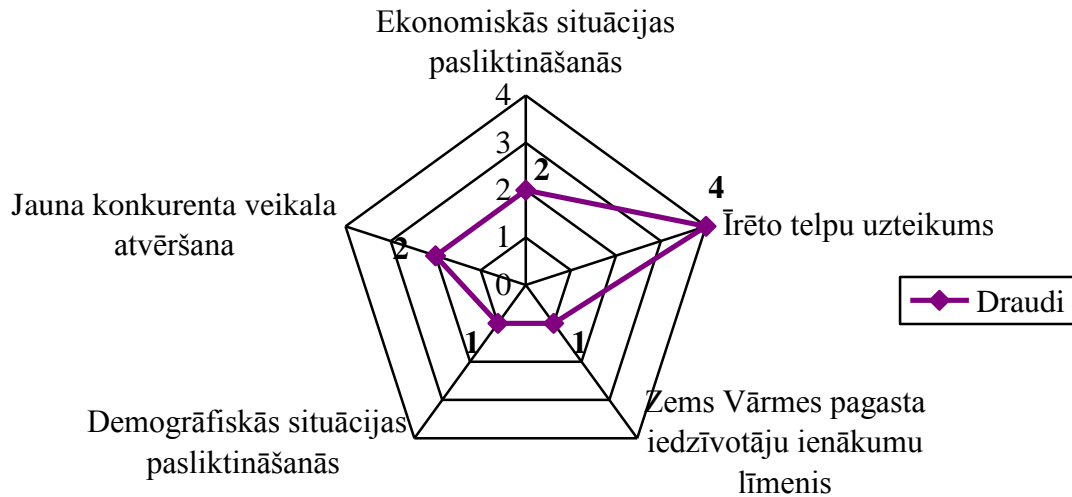


Aplūkojot 19. attēlu un 8. pielikumu (Pāra metode) var secināt, ka nozīmīgākā iespēja ir jaunu veikalu atvēršana. Tas veicinātu uzņēmuma izaugsmi un iegūtu lielāku peļņu. Kā arī viena no būtiskām iespējām ir pašreizējo veikala telpu privatizēšana. Līdz ar to būtu drošības garants, ka izīrētājs nevarētu lauzt īres līgumu un telpās varētu brīvi veikt remontus un pārbūves. Lai vēl uzlabotu uzņēmumu izaugsmi vajadzētu darbiniekiem papildus paaugstināt kvalifikāciju, lai veidotos vēl ciešāks kontakts ar klientiem. Papildus paplašinot telpas veikals varētu klientiem piedāvāt vēl lielāku preču sortimentu, kas ir būtiski ikvienam pircējam. Un piesaistot veikalam vēl jaunus pircējus un noturot jau esošos, vajadzētu rīkot pircējiem loterijas.

Draudi

1. Ekonomiskās situācijas pasliktināšanās - nodokļu paaugstināšanās.
2. Īrēto telpu uzteikums.
3. Zems Vārmes pagasta iedzīvotāju ienākumu līmenis.
4. Demogrāfiskās situācijas pasliktināšanās.
5. Jauna konkurenta veikala atvēršana.

20. attēls. SIA „INAPO” SVID analīzes iespējas (autores veidots)



Aplūkojot 20. attēlu un 9. pielikumā var secināt, ka galvenais drauds ir īrēto telpu uzteikums. Tas nozīmētu, ka uzņēmumam SIA „INAPO” būtu nepieciešams papildus ieguldījumi, lai atrastu un noīrētu jaunas telpas. Otrs lielākais drauds ir ekonomiskās situācijas pasliktināšanās, jo tas nozīmētu lielāku slogu ar nodokļiem un pašiem klientiem mazāka pirktspēja. Vēl būtisks drauds būtu vēl vienu jaunu konkurentu veikalu atvēršanās, jo pagasta iedzīvotāju skaits būtiski nepalielinās, bet iepirkšanās vietu skaits būtu pieaudzis uz to pašu iedzīvotāju skaitu. Un no minētajiem draudiem mazāk nozīmīgi, bet ne mazsvarīgāki – demogrāfiskās situācijas pasliktināšanās, tas nozīmētu pircēju samazināšanās, un zems Vārmes pagasta iedzīvotāju ienākumu līmenis – mazāka pirktspēja.

Makkinsija matrica

Veicot Makkinsija matricu tiek noteikts uzņēmuma SIA „INAPO” izaugsmes līmenis, kas ir būtiski, lai veicinātu turpmāko uzņēmuma attīstību. Matrica sastāv no nozares pievilcības novērtējuma un biznesa vienības konkurētspējas novērtējuma. (Aaker D.A., 2004, 254) Konkrētās nozares pievilcība un biznesa vienības konkurētspēja tiek izvērtēta, ņemot vērā katra faktora lielumu tajā (no 1 līdz 5), kur 1 nozīmē nepievilcīgu nozari, bet 5 ļoti pievilcīgu.

11. tabulā tiek atspoguļots nozares pievilcības novērtējums.

11.tabula. Nozares pievilcības novērtējums(autores veidots)

Novērtējuma kritērijs	Nozīmīguma kritērijs	Nozares vērtējums	Svērtais vērtējums
Nozares apjoms	0,10	3	0,30
Nozares pieauguma ātrums	0,30	5	1,50
Nozares pelnītspēja	0,20	4	0,80
Kapitāla aprites intensitāte	0,05	5	0,25
Tehniskā drošība	0,10	5	0,50
Konkurences intensitāte	0,20	3	0,60
Ražošanas cikliskums	0,05	2	0,10
Kopā	1,00		4,05

Un 12.tabulā ir redzams biznesa vienības konkurētspējas novērtējums.

12.tabula. Biznesa vienības konkurētspējas novērtējums(autores veidots)

Novērtējuma kritērijs	Nozīmīguma koeficients	Uzņēmuma vērtējums	Svērtais vērtējums
Tirgus daļa	0,15	5	0,75
Tehnoloģijas līmenis	0,25	5	1,25
Produkta kvalitāte	0,15	4	0,60
Pēcpārdošanas. apkalpošana	0,25	5	1,25
Zemas ražošanas izmaksas	0,10	3	0,30
Ražošanas efektivitāte	0,10	3	0,30
Kopā	1,00		4,45

Apvienojot nozares pievilcības novērtējuma datu rezultātus ar biznesa vienības konkurētspējas novērtējuma rezultātiem tiek izveidota Makssinijas matrica, kuru var apskatīt . 13. tabulā.

13.tabula. Makksinijas matrica rezultāts(autors)

Biznesa spēks 5	Augsts	Augsts	Vidējs
	Augsts	Vidējs	Zems
	Vidējs	Zems	Zems
Nozares pievilcīgums		5	

Pēc Makksinijas matricas mazumtirdzniecības uzņēmums SIA „INAPO” atrodas vidējā pievilcības līmenī. Tas priekš uzņēmuma izaugsmes ir labi, jo ir pēc kā tiekies. Bet turpmāk lielāka vērtība ir jāpievērš investīcijām un rentabilitātes saglabāšanai.

4.2.Uzņēmuma iekšējā vide

Lai jebkurš uzņēmums veiktu sekmīgu darbību, ir jāveido, jāizprot un jākontrolē uzņēmuma iekšējā vide. Iekšējā vide ir līdzvērtīgi svarīga kā uzņēmuma ārējā vide, jo kultūra, iekšējie likumi un noteikumi neizbēgami veido uzņēmuma publisko tēlu. Uzņēmuma iekšējā vidē notiek lēmumu pieņemšana.

Uzņēmuma vadība izstrādā un nosaka stratēģiskos plānus un mērķus, kā arī veido uzņēmuma iekšējo politiku un apstiprina projektus. Uzņēmuma vadība nodarbojas ar uzņēmuma menedžmentu – kontrolē uzņēmuma darbību, pieņem dažādus lēmumus par jaunu darbību uzsākšanu, kā arī ir atbildīga par uzņēmuma finansēm, seko līdzi finanšu aprītei, meklē efektīvus veidus kā uzlabot uzņēmuma darbību – tirdzniecību, lai piesaistītu iespējami vairāk klientus.

SIA „INAPO” iekšējo mikrovidi veido uzņēmuma funkcionālās struktūrvienības:

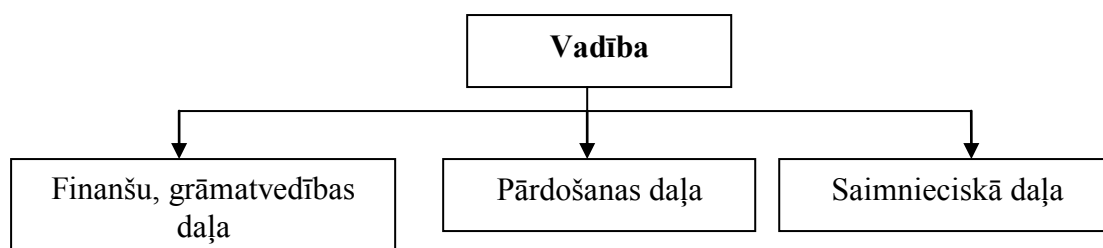
- Personāldaļa nodrošina uzņēmumu ar darbiniekiem. Šajā funkcijā ietilpst visas uzņēmuma vadības darbības, kas saistītas ar algotā darbaspēka labklājību un darba apstākļiem. SIA „INAPO” personāldaļas pienākumus veic valdes priekšsēdētāja.
- Finanšu un grāmatvedības uzskaitē – uzņēmumu finanšu nodrošinājums, sadale, kustība u.c. Uzņēmumā šos pienākumus veic grāmatvede.
- Sagādes funkcija nodrošina izejvielu, materiālu u.c. resursu piegādi uzņēmuma ražošanas sistēmai – veic saimnieciskā daļa.

- Pētniecības, izgudrojumu un attīstības funkcijas mērķis ir preces un ražošanas procesa attīstība – saimnieciskā daļa veic izpēti par pieprasītākajām un kvalitatīvākajām precēm.
- Preces sadale un noiets nozīmē saražotās preces izplatīšanu, tās novadīšanu līdz patērētājiem – galvenais realizācijas daļas uzdevums.
- Ražošanas funkcija – preces izgatavošanas procesa nodrošināšana, lēmuma pieņemšanas tehnoloģiju jautājumos, ražošanas procesa un krājumu kalendārā plānošana, kvalitātes kontrole – saimnieciskā daļa.
- Mārketinga – īpaša uzņēmuma darbības funkcija, kas nodrošina visu iekšējo funkcionālo sistēmu interpretāciju tirgus orientētu lēmumu pieņemšanā – veic saimnieciskā daļa. (Rurāne, 1997, 255)

Uzņēmuma organizatoriskā un personāla pakļautības struktūra

Uzņēmumā SIA „INAPO” tiek pielietots lineārais pārvaldes organizatoriskās struktūras tips. Tas var būt mazos uzņēmumos, kur pārvade sastāv no pāris cilvēkiem un kurā vadību savās rokās koncentrē uzņēmuma īpašniece. Viņa ir arī tas cilvēks, kas dod visiem darba uzdevumus un kontrolē to izpildi, kā arī nosaka dokumentu apgrozību uzņēmumā, tās shēma redzama pielikumā. Uzņēmuma struktūra aplūkojama 21. attēlā.

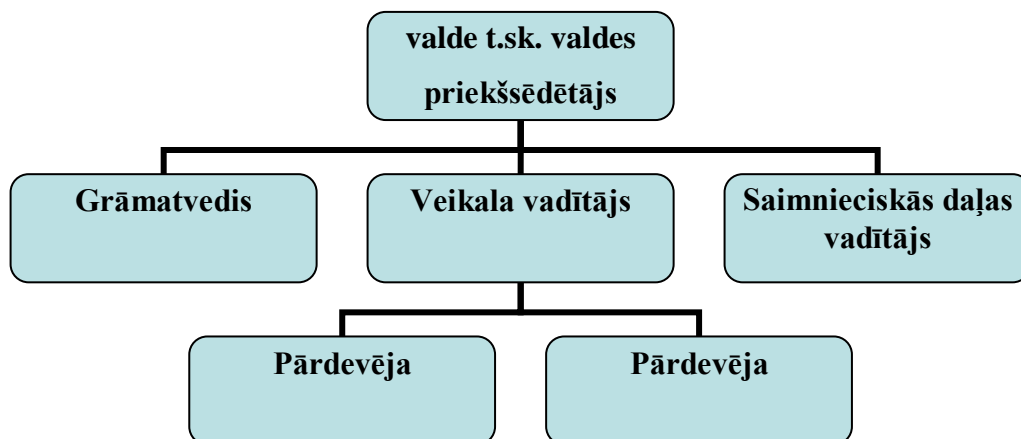
21.attēls. SIA „INAPO” organizatoriskā struktūra (autores veidots)



Tā kā SIA „INAPO” ir neliels uzņēmums, tad lēmumus pieņem vadība, kurā ietilpst valdes priekšēdētāja, protams, vajadzības gadījumā konsultējoties ar kolektīva darbiniekiem. Vadība pārvalda finanšu daļas, pārdošanas daļas un saimnieciskās daļas darbību. Finanšu daļas pārziņā ietilpst ar grāmatvedību saistītie darbi, tai skaitā, sagatavot atskaites, bilanci, peļņas/zaudējumu pārskats, algu izmaksa un citi. Pārdošanas daļas pienākumos ietilpst ar veikal precēm saistītie darbi – pārdošana, preču izvietošana, tīrības uzturēšana, klientu apkalpošana. Un saimnieciskās daļas pārziņā ir pasūtījumu sagatavošana un kontaktēšanās ar piegādātājiem, sadarbības partneriem un mārketinga.

Savu lēmum izpildei valde priekšsēdētāja izdod gan rakstveida, gan mutiskos rīkojumus. Darbinieku informēšanai par notiekošo uzņēmumā, darāmajiem darbiem, nākotnes plāniem, pēc vajadzības, tiek rīkotas darbinieku sapulces.

22.attēls. Uzņēmuma personāla pakļautības struktūra (autores veidots)



Pēc 22. attēla ir redzams, ka veikalu pārvalda valdes priekšsēdētājs, it īpaši grāmatveža, veikala vadītāja un saimnieciskās daļas vadītāja darbu, bet pārdevēju darbu sīkāk uzrauga veikala vadītājs.

SIA „INAPO” vadība, nosakot darba samaksu, ņem vērā valstī noteicošos ekonomiskos faktoros, gan arī individuālo darba atdevi. Tā kā uzņēmums ir neliels, atsevišķs darba samaksas nolikums nav izstrādāts, bet atalgojuma likmes tiek diferencētas no atbildības pakāpes, vadoties pēc uzņēmuma finansiālajām iespējām, ievērojot valstī noteiktās minimālās darba samaksas normas. Atkarībā no darba rezultātiem darbinieki tiek arī materiāli stimulēti, izmaksājot dažādas prēmijas, kā arī vismaz divas reizes gadā tiek izmaksātas papildus prēmijas. Tiek organizēti arī dažādi kopēji pasākumi darbiniekiem, kā piemēram jubileju atzīmēšana, teātru apmeklēšana utml. SIA „INAPO” darbinieki ir apmierināti ar darbu uzņēmumā un līdz ar to kadru mainība praktiski nenotiek.

Kvalitātes vadības procesi uzņēmumā

Kvalitātes vadības būtība ir spēja pastāvīgi uzlabot organizācijas procesus, padarot tos pēc iespējas efektīvākus (lētākus, ātrākus u.tml.) un novēršot kļūdu jeb neatbilstību rašanos.

Kvalitātes vadības būtiskākie pamatprincipi ir:

- nepārtraukta pilnveidošana – regulāra institūcijas ieguldījumu, procesu un sasniegto rezultātu izvērtēšana, priekšlikumu izstrāde pilnveidošanai un kļūdu novēršanai, to ieviešana;

- līdzdalība - visu līmeņu darbinieku iesaistīšanās kvalitātes vadības sistēmas izstrādē un uzturēšanā;
- mērāmība – balstās statistiski noteiktos plānotos rezultātos;
- efektivitāte – pastāvīga nevajadzīgo darbību un procesu likvidēšana;
- sistēmiskums - aptver visus organizācijas procesus;
- klientorientētība – organizācijas procesiem ir jāatbilst klientu vajadzībām un vēlmēm;
- stratēģiskums – kvalitātes vadības sistēma balstās uz stratēģisku iestādes kvalitātes politiku. (Pildavs, 2004, 56)

Kvalitātes vadības pamatprincipus ir iespējams integrēt esošajās organizācijas vadības sistēmās un procesos, neveidojot atsevišķu sistēmu un neieviešot konkrētu kvalitātes vadības modeli.

SIA „INAPO” ir izstrādāta paškontroles rokasgrāmata, kura ir izstrādāta atbilstoši LR standartiem. Katrs darbinieks, uzsākot darba attiecības, iepazīstās ar šiem noteikumiem un parakstās par to ievērošanu.

Paškontrole SIA "INAPO" uzņēmumā ir apliecinājums tam, ka uzņēmums veic pastāvīgu kvalitātes uzraudzību, atbilst kvalitatīvas pircēju un apmeklētāju apkalpošanas prasībām, piedāvā preces, kas atbilst drošuma prasībām, ievēro visas sanitāri higiēniskās prasības un garantē procesu drošību uzņēmumā.

Paškontroles jeb kvalitātes sistēma SIA „INAPO” sākas no preču saņemšanas, pārtikas uzglabāšanas apstākļiem līdz pārtikas un preču nonākšanas pie pircējiem.

Papildus veikalā „Pie bērza” tiek kontrolēts darbinieku darbs ar videokameru palīdzību. Vadītājs katru mēnesi četras dienas mēnesī pārbauda katra darbinieka darbu. Līdz ar to tiek uzlabota darba kvalitāte, jo darbinieki strādā cītīgāk.

4.3. SIA „INAPO” finanšu analīze

Ilgtermiņa ieguldījumi un pamatlīdzekļi

Uzņēmuma nemateriālos ieguldījumos ietilpst tirdzniecības licences, atļaujas, patenti, koncesijas u.c. tiesības. Nemateriālie ieguldījumi ir jāamortizē un bilancē tiek uzrādīta to atlikusī vērtība.

SIA „INAPO” šāda veida ilgtermiņa ieguldījumi nav.

SIA „INAPO” izstrādājot savu pamatlīdzekļu un to nolietojuma uzskaites kārtību ir

ņemti vērā Finanšu ministrijas norādījumi par pamatlīdzekļu un to nolietojuma uzskaites kārtību.

Par pamatlīdzekļiem uzskatāmi visi ilglietojamie objekti, kuru ekspluatācija ilgāka par vienu gadu un kuru vērtība ir augtāka par noteiktu robežsummu, kas aptiprināta ar valdes lēmumu. SIA „INAPO” robežsumma ir 50 Ls.

Priekšmeti, kurus lieto mazāk par vienu gadu, ir ātri nolietojamie priekšmeti neatkarīgi no to vērtības. Priekšmeti, kuru vērtība zemāka par noteikto robežsummu, ir mazvērtīgie priekšmeti.

Pamatlīdzekļos ieguldītā vērtība ir reālas saimnieciskās darbības izmaksas, bet, tā kā šos objektus izmanto vairākus gadus, to vērtību pa daļām ieskaita saimnieciskās darbības izdevumos atbilstoši kalpošanas laikam. Šo vērtības norakstīšanu sauc par nolietojumu un to aprēķina pamatlīdzekļiem. Pamatlīdzekļi ir jāamortizē un bilancē jauzrāda to atlikušā vērtība.

Uzņēmumā pamatlīdzekļu nolietojums finansu grāmatvedībai tiek aprēķināts pēc lineārās metodes.

Pamatlīdzekļu nolietojuma normas finanšu grāmatvedībā apstiprina ar valdes priekšsēdētājas rīkojumu. Gada pārskata pielikumā par katru bilancē parādīto pamatlīdzekļu kontu ir jāsniedz kustības pārskats. Pārskats satur pilnu pamatlīdzekļu apgrozījumu pārskata perioda sākumā un pārskata periodā aprēķināto nolietojuma summu, kā arī bilances beigu vērtību. (SIA „INAPO” bilance par 2009., 2010. un 2011. gadu ir redzama 10. pielikumā)

14. tabula. Pamatlīdzekļu nolietojums 2009., 2010. un 2011. gadā (SIA „INAPO”
balance)

Ls	2009.gadā	2010.gadā	2011.gadā
Pamatlīdzekļu sākotnējā vērtība:	6265	5695	5488
Iegādātie pamatlīdzekļi:	+ 57	+ 439	+711
Aprēķinātais nolietojums:	-627	- 646	-786
Pamatlīdzekļu beigu vērtība:	5695	5488	5413

Salīdzinot 2009. gadu ar 2010. gadu bilances postenis “pamatlīdzekļi” ir samazinājies (-207 Ls). Tas izskaidrojams ar to, ka uzņēmums iegādājies pamatlīdzekļus tikai par Ls 439, bet aprēķinātais nolietojums ir Ls 646. Un salīdzinot 2010. gadu ar 2011. gadu ir samazinājies (-75).

Apgrozāmie līdzekļi

Apgrozāmie līdzekļi ir otra lielākā bilances aktīvo posteņu un grāmatvedības kontu iedaļa. Šie apgrozāmie līdzekļi veido vairākas visai atšķirīgas grupas, taču tās ir ar vienu kopēju iezīmi – šos līdzekļus patērē vienā saimnieciskās darbības pārskata gadā un šinī laikā tie parasti pilnīgi maina savu ārējo veidu. Apgrozāmo līdzekļu sastāvs SIA „INAPO” redzams 15. tabulā.

15. tabula. Apgrozāmo līdzekļu sastāvs SIA „INAPO” (SIA „INAPO” balance)

Krājumi	2009.gads	2010.gads	2011.gads
Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	13961	21220	35667
Debitori			
Pircēju un pasūtītāju parādi	155	0	98
Citi debitori	814	1088	699
Naudas līdzekļi			
Naudas līdzekļi	7865	2786	5799
Apgrozāmie līdzekļi kopā	22795	25094	42263

Salīdzinot 2009. gadu ar 2010. gadu apgrozāmie līdzekļi ir palielinājušies (+2299Ls), tas ir izskaidrojams ar to, ka ir palielinājušies preču krājumi. Salīdzinot 2010. gadu ar 2011. gadu apgrozāmie līdzekļi ir būtiski palielinājušies (+17169).

Finansēšanas avoti

Finansēšana – uzņēmuma kapitāla iegūšanas paņēmieni kopa.

Uzņēmumā iekšējās finansēšanas avoti ir sekojoši:

- peļņa;
- kreditoru parādi;

*16. tabula. Iekšējās finansēšanas avoti 2009., 2010. un 2011. gadā (SIA „INAPO”
balance)*

Iekšējās finansēšanas avoti	2009.gads	2010.gads	2011.gads
Peļņa	-3656	8582	10562
Kreditoru parādi	24816	14800	19335

Kā redzams 16. tabulā, tad no 2009. gada līdz 2011. gadam peļņa ir augusi, tāpēc tas ir arī būtiskākais uzņēmuma SIA „INAPO” finansēšanas avots. Bet kreditoru parādi salīdzinot 2009. gadu ar 2010. gadu ir samazinājušies (-10016). Bet salīdzinot 2010. gadu ar 2011. gadu kreditoru parādi palielinājušies (+4535).

Kreditoru parādi – uzņēmums izmanto iespēju noslēgt līgumu uz izdevīgiem apmaksas noteikumiem:

Uzņēmums līdz preču apmaksas brīdim iegūst brīvus apgrozāmos līdzekļus.

Ārējās finansēšanas avoti ir banku kredīti un līzings. Bet uzņēmums SIA „INAPO” ārējās finansēšanas avotus neizmanto.

SIA “INAPO” finanšu rādītāju analīze

Uzņēmuma bilances horizontālā analīze

Bilances pārskats ir finanšu momentuzņēmums un tas rezumē aktīvu un pasīvu stāvokli noteiktā laika punktā. Bilances aktīvi – uzņēmuma resursi naudas izteiksmē. Aktīvi parāda uzņēmuma rīcībā esošās materiālās vērtības, prasības (debitori) un naudas līdzekļus. Bilances pasīvi – uzņēmuma naudas līdzekļu finansēšanas avoti. Pasīvi parāda uzņēmuma saistības pret dalībniekiem un resursu piegādātājiem (kreditoriem). Bilanci parasti veido uz finanšu gada beigām, kaut arī bilanci var sastādīt jebkurā brīdī. Balance parāda – cik daudz kapitāla tiek izmantots uzņēmumā (uzņēmuma vērtība), cik likvīds ir uzņēmums (aktīvu pārvēršana naudas līdzekļos), cik maksāspējīgs ir uzņēmums (varbūtība, ka uzņēmums var bankrotēt), kā uzņēmums tiek finansēts (finansējuma avoti un aizņēmtie līdzekļi).

Balance raksturo uzņēmuma stāvokli un atspoguļo uzņēmuma resursus naudas izteiksmē pēc to sastāva un izlietošanas virzieniem (aktīvi) un to finansēšanas avotiem

(pasīvi). Bilances horizontālā analīzes pamatā ir bilances posteņu finansiālā rezultāta pieaugums vai samazinājums, to noteikšana un novērtēšana. Analīze ļauj noteikt izmaiņas salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu. Horizontālā analīze balstās uz tā saucamiem bilances zelta likumiem. Šie likumi paredz uzņēmuma ieguldījumu racionālas finansēšanas noteikumus, izmantojot aizņemto kapitālu, īstermiņa saistības. Izšķir trīs bilances zelta likumus.

Pirmais zelta likums

Ilgtermiņa ieguldījumi jāsedz ar pašu kapitālu. Pašu kapitālam jāfinansē ilgtermiņa ieguldījumi. To aprēķina no pašu kapitāls atņem ilgtermiņa ieguldījumi, rezultātā veidojas novirze (+ ; -).

17..tabula. SIA "INAPO" rādītāji pēc pirmā zelta likuma (SIA „INAPO” bilance)

	2009.gads	2010.gads	2011.gads
Pašu kapitāls	-1656	8926	21488
Ilgtermiņa ieguldījumi	5695	5488	5413
Novirze:	-7351	+3438	+16075

Pašu kapitāls ir uzņēmuma rīcībā uz neirobežotu laiku, tāpēc ar to ir jāfinansē ilgtermiņa ieguldījumi. Kā redzams 17.tabulā, tad 2009.gadā pašu kapitāls nesez visus ilgtermiņa ieguldījumus (novirze -7351). Šāds stāvoklis liecina par racionālu pašu kapitāla izmantošanu. Savukārt 2010.gadā un 2011. gadā šī tendence ir vērojama otrādi (pašu kapitāls ir lielāks par ilgtermiņa ieguldījumiem), tas liecina par to, ka uzņēmums pašu kapitālu vairāk ir novirzījis uz apgrozāmiem līdzekļiem, kas netiek uzskaitīts par racionālu paša kapitāla izmantošanu. Naudas līdzekļi tikuši vairāk tērēti, bet ne ieguldīti uzņēmumā attīstībā. Ilgtermiņa ieguldījumi ir tendēti uz uzņēmuma attīstību. Lai iegūtu apgrozāmos līdzekļus lietderīgāk būtu izmantot īstermiņa saistības (kredīti, aizņēmumi, u.c.).

Otrais zelta likums

Ilgtermiņa ieguldījumi jāsedz ar paša kapitālu un ilgtermiņa saistībām. Ilgtermiņa saistības ir jādzēš pēc viena gada un ilgāk, tāpēc tās var izmantot ilgtermiņa ieguldījumu finansēšanai.

18. tabula. SIA "INAPO" rādītāji pēc otrā zelta likuma (SIA „INAPO” bilance).

	2009.gads	2010.gads	2011.gads
Pašu kapitāls	-1656	8926	21488
Ilgtermiņa saistības	0	0	0
Ilgtermiņa ieguldījumi	5695	5488	5413
Novirze:	7351	3438	16075

Pēc otrā zelta likuma aprēķina redzam, ka ilgtermiņa rīcībā esošais kapitāls pārsniedz ilgtermiņa ieguldījumus. Īpaši šī tendence ir novērojama 2010.gadā un 2011. gadā. Tā kā uzņēmumam nav ilgtermiņa saistības, tas savu apgrozāmo līdzekļu papildināšanai izmanto pašu kapitālu, bet nepalielina ilgtermiņa ieguldījumus. No liederības viedokļa tomēr liederīgāk ir šo kapitālu ieguldīt ilgtermiņa ieguldījumos, jo tās ir investīcijas uzņēmuma attīstībai. Manuprāt, uzņēmumam vajadzētu domāt par ilgtermiņa ieguldījuma palielināšanu. Tā kā uzņēmums pamatā izmanto nomātos pamatlīdzekļus vēlams būtu ieguldīt līdzekļus savu pamatlīdzekļu iegādei.

Trešais zelta likums

Apgrozāmie līdzekļi jāsedz ar īstermiņa saistībām.

19. tabula. SIA "INAPO" rādītāji pēc trešā zelta likuma (SIA „INAPO” bilance)

	2009.gads	2010.gads	2011.gads
Īstermiņa saistības	30146	21656	26188
Apgrozāmie līdzekļi	22795	25094	42263
Novirze:	7351	-3438	-16075

19.tabulā redzam, ka 2010.gadā un 2011. gadā īstermiņa saistību summa ir ievērojami mazāka nekā apgrozāmo līdzekļu summa. Ir izveidojies līdzekļu pārpalikums jeb tīrais apgrozījuma kapitāls.

Uzņēmuma bilances vertikālā analīze

Bilances vertikālā analīze parāda uzņēmuma līdzekļu un to avotu struktūru. Uzskatāmi tas redzams, izmantojot relatīvos rādītājus. 20.tabula, kurā uzskatāmi attēloti galvenie bilances posteņu rādītāji.

20.tabula. SIA "INAPO" 2009., 2010., 2011. gada bilances posteņu īpatsvars (SIA „INAPO”
bilance)

	2009.gads		2010.gads		2011.gads		"+/-" (2010-2009)		"+/-" (2011-2009)	
	Summa	%	Summa	%	Summa	%	Summa	%	Summa	%
Ilgtermiņa ieguldījumi:	5695	20	5488	18	5413	11.4	-207	-2	-282	-8.6
Pamatlīdzekļi:	5695	20	5488	17.9	5413	11.4	-207	-2	-282	-8.6
Apgrozāmie līdzekļi:	14930	52.4	22308	72.9	36464	76.5	7378	20.5	21534	24.1
Krājumi:	13961	49	21220	69.4	35667	74.8	7259	20.4	21706	25.8
Debitori:	969	3.4	1088	3.6	797	1.7	119	0.2	-172	-1.7
Naudas līdzekļi:	7865	27.6	2786	9.1	5799	12.1	-5079	-18.5	-2066	-15.5
BILANCE	28490	100	30582	100	47676	100	22092		19186	
Pašu kapitāls:	-1656	-5.8	8926	29.2	21488	45.1	10582	35	23144	50.9
Kreditori:	30146	105.8	21656	70.8	26188	54.9	-8490	-35	3958	-50.9
Ilgtermiņa parādi:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Īstermiņa parādi:	30146	105.8	21656	70.8	26188	54.9	-8490	-35	-3958	-50.9
BILANCE	28490	100	30582	100	47676	100	22092		19186	

20. tabulā par bāzi izmantotas 2009., 2010., 2011. gada bilances. No dotās tabulas varam secināt, ka uz 2009. gada beigām ilgtermiņa ieguldījumi sastāda 20% no bilances kopsummas. Savukārt 2010. gadā ilgtermiņa ieguldījumi samazinās par 2% un sasniedz 18% no bilances kopsummas. Bet 2011. gadā ilgtermiņa ieguldījumi vēl samazinās pa 8.6% salīdzinot ar 2009. gadu. Apgrozāmie līdzekļi 2010. gadā salīdzinot ar 2009. gadu ir palielinājušies par 20.5% , un salīdzinot 2011. gadu ar 2009. gadu palielinājums ir pa 24.1%. Kā pozitīvs rādītājs jāmin, ka uzņēmumā ir nelieli debitoru parādi, kas sastāda 3.4% 2009. gadā, 2.6% 2010. gadā un 1.7% 2011. gadā. Naudas līdzekļi 2010. gadā pret 2009. gadu ir samazinājušies par 18.5% un 2011. gadā pret 2009. gadu ir samazinājušies par 15.5%. Savukārt uz šo rēķinu ir palielinājušie krājumi. Analizējot uzņēmuma finansēšanās avotus redzam, ka 2009. gadā pašu kapitāls sastāda -5.8% no bilances kopsummas, bet 2010. gada tas pieaudzis un sastāda 29.2% no bilances kopsummas. Un 2011. gadā jau 45.1% no bilances kopsummas ir pašu kapitāls. Pašu kapitāla pieaugums 35% panākts 2010. gadā strādājot ar

peļņu 8582 Ls. Kreditoru īpatsvars mainās proporcionālu pašu kapitāla izmaiņām. 2009. gadā īstermiņa kreditori sastāda 105.8% no bilances kopsummas, bet 2010. gadā un 2011. gadā ir tendence kreditoru saistībām samazināties. No vienas puses pozitīvs moments ir tas, ka uzņēmumam nav ilgtermiņa saistības, bet tas, ka pašu kapitāls tiek lietots apgrozāmo līdzekļu finansēšanai liecina par tā neracionālu izmantošanu.

Likviditātes un maksāspējas rādītāji

Likviditāte raksturo svarīgu uzņēmuma finansiālā stāvokļa aspektu: tas ir uzņēmuma spēja jebkurā laikā dzēst savas īstermiņa saistības. Informācija par likviditāti ir ļoti svarīga, jo maksātnespējas iestāšanās draud ar uzņēmuma darbības pārtraukšanu. Maksāspēja – viens no svarīgākiem kritērijiem uzņēmuma finansiālā stāvokļa novērtēšanai. Var izdalīt ilgtermiņa un tekošo maksāspēju. Ilgtermiņa nozīmē uzņēmuma spēja norēķināties par savām ilgtermiņa saistībām. Spēju maksāt par tekošām saistībām sauc parasti par likviditāti (tekošā maksāspēja), t.i. spēja samaksāt par tekošām saistībām realizējot tekošos aktīvus.

Absolūtās likviditātes koeficients

Visdrošāk likviditāti ir novērtēt pēc naudas līdzekļu lielumu, kurš ir uzņēmumu rīcībā. Tāpēc arī šo likviditātes rādītāju sauc par absolūto likviditātes koeficientu. Tas rāda kādu īstermiņa saistību daļu uzņēmums var dzēst vistuvākajā laikā. Vēlamais lielums ir 0.2–0.25. (Benze, 1998, 322)

Starpseguma likviditātes koeficients

Starpseguma koeficients ir saistīts ar uzņēmuma saimnieciskajā darbībā iesaistīto aktīvo kapitālu. Šis rādītājs raksturo tekošo saistību daļu, kas var tikt dzēsta ne tikai ar naudas līdzekļiem, bet arī ar sagaidāmiem ienākumiem no izpildītiem darbiem, nosūtītās produkcijas un sniegtiem pakalpojumiem. Viena no galvenām problēmām, kas rodas rēķinot šo rādītāju, ir novērtēt debitoru parāda lielumu, ko iekļaut aprēķinā (jaizvērtē šaubīgie debitori). Vajag ņemt vērā, ka secinājumu pareizība ir atkarīga no debitoru parādu kvalitātes. Ievērojamais šaubīgo debitoru īpatsvars var rast draudus uzņēmuma finansu stabilitātei. Pēc starptautiskajiem standartiem uzskata, ka šim rādītājam jābūt vismaz 0.8-1, jo tikai tādā gadījumā uzņēmums reāli spēj segt īstermiņa saistības. SIA „INAPO” aprēķinātais starpseguma koeficients norādīts tabulā.

21. tabula. Likviditātes starpseguma un absolūtie koeficienti (SIA „INAPO” bilance)

	Naudas līdzekļi	Īstermiņa vērtspapīri	Debitori	Īstermiņa sastības	Starpseguma koeficients	Absolūtais koeficients
2009.gads	7865	0	969	30146	0.29	0.26
2010.gads	2786	0	1088	21656	0.18	0.13
2011.gads	5799	0	797	26188	0.25	0.22

Kā redzams 21. tabulā, tad absolūtais koeficients 2009. gadā un 2010. gadā nav vēlamā lielumā. Tas parāda, ka tuvākajā laikā var rasties grūtības segt īstermiņa saistības un liecina, ka uzņēmumam ir pārāk maz līdzekļu, lai nodrošinātos pret likviditāti. Bet 2011. gadā tas atbilst nosacījumam - ietilpt no 0.2-0.25.

21. tabulā redzams, ka starpseguma rādītājs 2010. gadu salīdzinot ar 2009. gadu ir pasliktinājies un ir nokritis līdz 0.18, kas ir stipri zemāks nekā vēlamais lielums. Bet 2011. gadā koeficients ir nedaudz palielinājies, bet tas tik un tā neietilpst rādītāja noteiktajam lielumam. Šāda situācija būtu skaidrojama ar to, ka uzņēmumam 2010. gadā un 2011. gadā ir samazinājušies īstermiņa kreditori un ir samazinājušies naudas līdzekļi, kā arī ir ļoti nelieli debitoru parādi. Šīs īstermiņa saistības bija nepieciešamas, lai palielinātu preču krājumus un sortimentu veikalā.

Kopējās likviditātes koeficients

Jo lielāki apgrozāmie līdzekļi, jo lielāka varbūtība, ka īstermiņa saistības tiks dzēstas ar esošiem aktīviem. Pamatot dotā rādītāja pieļaujamo lielumu ir diezgan grūti. Skaidrs, ka to lielums būs atkarīgs no uzņēmuma darbības sfēras. Tiek uzskatīts, ka normālos apstākļos šim koeficientam jābūt robežās no 1 līdz 2.

Pastāv divi veidi, kā palielināt šo koeficientu:

1. palielinot apgrozāmo līdzekļu atsevišķu posteņu lielumu.
2. pazeminot īstermiņa saistību lielumu.

Kopējās likviditātes koeficientu aprēķina un norādīts 22. tabulā.

22. tabula. Kopējais likviditātes koeficients (SIA „INAPO” bilance)

	Apgrozāmie līdzekļi	Īstermiņa sastības	Likviditātes kopējais koeficients
2009.gads	22795	30146	0.76
2010.gads	25094	21656	1.16
2011.gads	42263	26188	1.61

Kā redzams 22. tabulā, tad kopējais likviditātes koeficients 2009. gadā bija zem normas robežas. 2010. gadā un 2011. gadā tas ir palielinājies, jo uzņēmums ir palielinājis

apgrozāmos līdzekļus, preču krājumus un samazinājis īstermiņa saistības. Uzņēmumam būtu jāturpina samazināt savas īstermiņa saistības.

Finanšu stabilitātes analīze

Šīs grupas rādītāji raksturo uzņēmuma līdzekļu struktūru. Tie ir paredzēti, lai:

- noteiktu un raksturotu saistību attiecību pret pašu kapitālu vai aktīvu kopsummu;
- novērtētu uzņēmuma iespējas paaugstināt saistību summu;
- palīdzētu novērtēt uzņēmuma spēju noteiktā termiņā nokārtot saistības.

Uzņēmuma kapitāls ir tāds faktors, kurš tieši ietekmē uzņēmuma finansiālo stāvokli – tā likviditāti un maksātspēju, ienākuma lielumu, darbības rentabilitāti. Kapitāla novērtējumu veic kā iekšējie, tā arī ārējie grāmatvedības informācijas lietotāji. Ārējie lietotāji novērtē uzņēmuma pašu līdzekļu daļas izmaiņas kopējā līdzekļu avotu summā no finansu riska viedokļa slēdzot darījumus. Risks palielinās samazinoties pašu kapitāla daļai. Uzņēmuma kapitāls var būt veidots kā no pašu kapitāla, tā arī no aizņemtā kapitāla. Aizņemtus līdzekļus parasti klasificē atkarībā no to dzēšanas steidzīguma pakāpes un nodrošinājuma veida. Pēc steidzīguma pakāpes izdala ilgtermiņa un īstermiņa saistības.

Galvenie rādītāji, kas raksturo kapitāla struktūru ir saistību īpatsvars pret aktīviem, pašu kapitālu.

Saistību īpatsvars bilancē raksturo uzņēmuma finansiālo atkarību no ārējiem aizņēmumiem. Jo augstāks tas ir, jo vairāk parādu ir uzņēmumam, jo riskantāka ir situācija, kas var novest līdz bankrotam. Kreditori parasti vēlas, lai šis rādītājs būtu zemāks, jo līdz ar to ir drošākas iespējas netraucēti saņemt aizdotās naudas.

Saistību attiecība pret pašu kapitālu izmanto, lai spriestu par uzņēmuma finansiālo autonomiju. Šim koeficientam ir noteikta kritiskā robeža. Uzskata, ja šis koeficients pārsniedz 1, tad uzņēmuma finansiālā stabilitāte sasniegusi kritisko punktu. Šis koeficients ir atkarīgs no saimnieciskās darbības rakstura un apgrozāmo līdzekļu aprites ātruma. Ja apgrozāmie līdzekļi aprit ātri, šī koeficienta kritiskā robeža var ievērojami pārsniegt 1, būtiski neietekmējot uzņēmuma finansiālo autonomiju. Augsts šī koeficienta līmenis rāda, ka liela daļa finansējumu ir saistības, t.i., uzņēmums daudz izmanto aizņemtus līdzekļus. Kreditori parasti dod priekšroku zemākam šī koeficienta līmenim, jo tas ir saistīts ar mazāku risku, uzņēmuma dalībnieku lielāku ieguldījumu uzņēmuma kapitālā.

Neatkarības koeficients

Šis rādītājs ir svarīgs gan investoram, gan uzņēmuma kreditoriem, jo tas raksturo līdzekļu daļu, ko ir ieguldījuši īpašnieku kopējā uzņēmuma īpašuma vērtībā. Teorētiski

skaitās, ja koeficients ir lielāks vai vienāds ar 50%, tad kreditoru risks ir minimāls: realizējot pusi īpašuma, kas ir izveidots uz pašu līdzekļu rēķina, uzņēmums spēs dzēst savas parādu saistības.

Finansēšanas koeficients

Koeficients parāda kāda daļa uzņēmuma darbības tiek finansēta no pašu līdzekļiem, bet kāda no aizņēmumiem. Situācija, kad šis rādītājs ir mazāks par 1 (lielāka īpašuma daļa ir izveidota uz aizņemto līdzekļu rēķina), var liecināt par maksātnespējas briesmām un bieži apgrūtina kredīta saņemšanu. Bet uzreiz vajag atzīmēt, ka rekomendējamās lielumus nevajadzētu saprast burtiski. Ir gadījumi, kad pašu kapitāla daļa kopējā apjomā var būt mazāka par pusi, bet uzņēmums saglabās augstu finansiālo stabilitāti. (Benze, 1998, 322)

23. tabula. *Finansu stabilitātes analīze SIA „INAPO” 2009. 2010. un 2011. gadā (SIA „INAPO” bilance)*

	Saistības	Pašu kapitāls	Bilances kopsumma	Saistību īpatsvars bilancē	Saistību attiecība pret pašu kapitālu	Neatkarības koeficients	Finansēšanas koeficients
2009.gads	30146	-1656	28490	1.06	-18.2	-5.81%	-5.49%
2010.gads	21656	8926	30582	0.71	2.43	29.19%	41.22%
2011.gads	26188	21488	47676	0.55	1.22	45.07%	82.05%

23. tabulā ir redzami visi svarīgākie saistību un maksātspēju koeficienti. Saistību koeficients norādā uz spēju segt savas saistības. Visi šie rādītāji liecina par to, ka uzņēmumam ir nepietiekošs paša kapitāls un tas darbojas uz aizņemta kapitāla rēķina. Kā redzam, tad šim rādītājam ir tendence pieaugt (ja 2009. gadā tas ir -1656, tad 2010. gadā tas jau 8926, un 2011. gadā 21488). Tas liecina par to ka uzņēmums ir palielinājis aizņemto kapitālu. Kritiskā robeža šim rādītājam būtu ja tas sāktu pārsniegt 1. Šeit pie reizes varētu analizēt arī neatkarības koeficientu, kas norāda uz to, cik daudz procentuāli uzņēmumā sastāda aizņemtais kapitāls. Visi šie koeficienti liecina par uzņēmuma maksātnespējas briesmām. Uzņēmuma īpašnieci jādomā par līdzekļu ieguldīšanu pašu kapitālā.

Uzņēmuma aktivitātes rādītāji

Šīs grupas rādītāji rāda, cik intensīvi uzņēmums izmanto savus aktīvus, lai saražotu produkciju pārdošanai. Šie rādītāji dod iespēju spriest par to, vai ieguldījumi uzņēmuma aktīvos nav par lielu vai mazu. Ja ieguldījumi ir par lielu, tad var būt, ka līdzekļi ir iesaistīti tādos aktīvos, kurus būtu lieldrīgāk izmantot citiem mērķiem. Tā piemēram uzņēmumam var būt lieki ražošanas krājumi, ko var pārdod un ieņēmumus novirzīt citiem izdevīgākiem

mērķiem. Ja ieguldījumi ir par mazu, uzņēmums var izrādīties nespējīgs pietiekamā līmenī apkalpot pircējus, vai arī ražot produkciju.

Ir pazīstamas divas pieejas aktivitātes rādītāju aprēķināšanai. Pirmā pieeja, ka analīzes mērķis ir novērtēt uzņēmuma darbību gada laikā, vai kādā citā periodā laikā. Otrā pieeja ir tad, ja nepieciešams novērtēt, vai aktīvu krājumi noteiktā datumā ir pienācīgā līmenī.

Krājuma aprites koeficienta aprēķinam jāizmanto bilances un arī peļņas vai zaudējumu aprēķina dati. Krājumu summa ievērojami mainās gada laikā, tāpēc šajā aprēķinā ieteicams izmantot krājumu vidējo līmeni, nevis atlikumu perioda beigās.

24. tabula. Krājumu aprites koeficients (SIA „INAPO” bilance)

	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	Krājumu vidējais atlikums	Krājuma aprites koeficients
2009.gads	207666	13961	14.87
2010.gads	206850	21220	9.75
2011.gads	207695	35667	5.82

24. tabulā redzams, ka 2011. gadā krājumos ieguldītie līdzekļi gada laikā apritējuši 5.82 reizes. Labāks rezultāts ir bijis 2009. gadā, kad krājumi apritējuši 14.87 reizes. Zems krājumu aprites koeficients liecinātu par to, ka krājumos ieguldīts daudz līdzekļu, un krājumu aprite ir ļoti lēna. Pārmērīgi krājumi nozīme to, ka tajos ir neefektīvi ieguldīti līdzekļi. Ja krājumu aprite ir pārāk augsta, krājumi ir mazi un tā rezultātā uzņēmumam var pietrūkt preces tirdzniecībai. Krājumi ir jācenšas optimizēt tā lai notiktu normāla preču aprite. Pēc darba autores domām, SIA „INAPO” pēdējā analīzes gadā šis rādītājs ir zems un uzņēmumā ir jāsamazina preču krājumi, kas netirgojas tik ātri, bet vairāk jātirgo preces ar ātrāku apriti.

Rentabilitātes rādītāji

Uzņēmējdarbības sekmīgai darbībai ir divi galvenie mērķi:

1. rentabilitātes paaugstināšana;
2. likviditātes saglabāšana.

Rentabilitāte ir peļņas relatīvā izpausme. Ar rentabilitāti saprot attiecību starp peļņas lielumu un kādu citu rādītāju, kurš saistīts ar attiecīgās peļņas lielumu.

Rentabilitātes līmeņa vērtēšanai nav absolūta kritērija. Tās augstums ir atkarīgs no uzņēmuma darbības veida, apgrozījuma struktūras un citiem faktoriem. Tā kā peļņa ir svarīgākais uzņēmuma darbības rezultāts, ilgstoši zems rentabilitātes līmenis atspoguļo uzņēmējdarbības neveiksmi. Ja šo neveiksmi laikus nenovērš, gaidāms uzņēmuma bankrots.

Realizācijas rentabilitāte rādā, cik daudz peļņas uzņēmums ieguvis uz neto apgrozījuma vienību. Peļņā ir starpības noteikšana starp ieņēmumiem un izdevumiem. Neto

apgrozījums ir definēts LR likumā "Par uzņēmumu gada pārskatiem" 21. pantā: "Neto apgrozījums ir ieņēmumi no uzņēmuma pamatdarbības, produkcijas un pakalpojumu sniegšanas, no kuriem atskaitīta tirdzniecības atlaide un citas piešķirtās atlaides, kā arī apgrozījuma nodoklis, akcīzes u.c. nodokļi, kas tieši saistīti ar pārdošanu".

Finanšu rentabilitāte rāda, cik peļņas ieguvuši uzņēmuma īpašnieki uz ieguldītā kapitāla vienību. Finanšu rentabilitātes raksturošanai izmanto kopkapitāla vienību un pašu kapitāla rentabilitātes rādītājus. Kopkapitāla rentabilitāte rāda, kāda būtu bijusi peļņa, ja viss iesaistītais kapitāls būtu pašu. Īpašnieku skatījumā pats svarīgākais rentabilitātes rādītājs ir pašu kapitāla rentabilitāte. Tā rāda, cik daudz peļņas uzņēmums iegūst uz katru īpašnieka ieguldīto latu. (Benze, 1998, 322)

25. tabula. SIA „INAPO” rentabilitātes rādītāji (SIA „INAPO” peļņas vai zaudējumu aprēķins)

	Bruto peļņa	Pārskata perioda tīrā peļņa	Neto apgrozījums	Pašu kapitāls	Bruto peļņas rentabilitāte	Realizācijas rentabilitāte	Pašu kapitāla rentabilitāte
2009.gads	47355	-3656	255021	-1656	18.6%	-0.65%	-
2010.gads	43162	8582	250012	8926	17.3%	3.43%	0.96%
2011.gads	47552	10562	255247	21488	18.6%	4.14%	0.49%

Pēc 25. tabulas datiem redzam, ka realizācijas rentabilitāte 2009. gadā iegūst negatīvu lielumu, kas atspoguļo to, ka uzņēmums strādājis nerentabli. 2010. gadā uzņēmuma realizācijas rentabilitāte ir 3.43%, kas liecina, ka uzņēmums strādājis ar peļņu, no katra realizētā lata iegūstot Ls 3.43. Arī 2011. gadā uzņēmums arī strādājis ar peļņu, tas atspoguļojas realizācijas rentabilitātē (4.14%).

Komerčiālās rentabilitātes rādītāju grupā ietilpst bruto peļņas rentabilitātes rādītājs. Kā redzams 20. tabulā, 2009. gadā bruto peļņas rādītājs ir bijis diezgan augsts 18.6%. 2010. gadā šis rādītājs ir nedaudz samazinājies, bet arī ir pietiekoši augsts. Bet 2011. gadā jau atkal rādītājs ir palielinājies – 18.6%. Bruto peļņas koeficients parāda pārdošanas apjomu un tiešo izmaksu attiecību, cik lielu peļņu dod katrs produkciju realizējot iegūtais lats pēc apgrozījuma izmaksu segšanas. Tas liecina, ka uzņēmumā pielietota uzcenojuma politika dod pietiekami lielu peļņu.

25. tabulā redzam, ka 2009. gadā uzņēmums strādājis ar zaudējumiem, tādēļ paša kapitāla rentabilitāte netiek rēķināta. 2010. gadā tā ir 0.96% , tas nozīmē, ka uz katra ieguldīto latu iegūst Ls 0.96. Bet 2011. gadā rādītājs ir samazinājies – pašu kapitāla rentabilitāte ir 0.49%.

Uzņēmums SIA „INAPO” peļņas un zaudējumu aprēķins no 2009. gada līdz 2011. gadam ir atspoguļots 26. tabulā, kā arī 11. pielikumā.

26. tabula. SIA „INAPO” peļņas un zaudējumu aprēķins (SIA „INAPO” peļņas vai zaudējumu aprēķins)

Nr. p. k.	Rādītāju nosaukums	2009.gads	2010.gads	2011.gads	+/- 2010-2009 %	+/- 2011-2009 %
1	Neto apgrozījums	255021	250012	255247	-5009	226
2	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	207666	206850	207695	-816	29
3	Bruto peļņa vai zaudējumi (no apgrozījuma)	47355	43162	47552	-4193	197
4	Pārdošanas izmaksas	45807	30188	32406	-15619	-13401
5	Administrācijas izmaksas	4398	3820	4158	-578	-240
7	Pārējās uzņēmuma saimnieciskās darbības izmaksas	806	572	426	-234	-380
13	Peļņa vai zaudējumi pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem	-3656	8582	10562	12238	14218
16	Peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem	-3656	8582	10562	12238	14218
20	Pārskata perioda peļņa vai zaudējumi pēc nodokļiem (tīrie ieņēmumi)	-3656	8582	10562	12238	14218

Bruto peļņa 2009. gadā ir Ls 47355. Bruto peļņas rentabilitāte 18.6%. Turpmāko peļņas aprēķinu ir ietekmējušas pārdošanas izmaksas un administrācijas izmaksas un neliemas pārējas saimnieciskās darbības izmaksas. Pārskata gada rezultātā zaudējumi Ls 3656 un uzņēmuma realizācijas rentabilitāte -0.65%. 2010. gadā neskatoties uz to, ka neto apgrozījums ir samazinājies, ir samazinātas pārdošanas izmaksas un administrācijas izmaksas, kā rezultātā uzņēmums ir strādājis ar peļņu Ls 8582. Realizācijas rentabilitāte 3.43% un bruto rentabilitāte 17.3%. 2010. gadā uzņēmumā ir domāts par rentabilitātes paaugstināšanu, ko vajadzētu arī turpmāk. 2011. gadā neto apgrozījums ir palielinājies un uzņēmums ir strādājis ar lielāku peļņu. Realizācijas rentabilitāte 4.14% un bruto rentabilitāte 18.6%.

4.4. SIA „INAPO” darbības sekmēšana

Veicot uzņēmuma SIA „INAPO” saimniecisko darbības analīzi ir noskaidrotas uzņēmuma stiprās puses un vājās puses. Jo balstoties uz šīm analīzēm var izdarīt attiecīgus secinājumus, lai veiktu uzņēmuma darbības sekmēšanu.

Uzņēmuma ārējo vides makrovīdi ir grūti iespaidot, tāpēc tās sekmēšana ir visgrūtāk veicama. Bet uzņēmums var mēģināt uzlabot demogrāfisko faktoru. Veicinot bērnu dzimstību Vārmes pagastā ar dažādām atmaidēm, piemēram, atlaides zīdaiņu precēm un daudz bērnu ģimenēm.

SIA „INAPO” ārējās vides mikrovidi jau vairāk var ietekmēt ar saviem lēmumiem. Uzņēmumam ir laba sadarbība ar saviem piegādātājiem, tāpēc šajā jomā uzlabošana nav nepieciešama. Vienīgi var vienoties ar piegādātājiem par lielākām atmaidēm sakarā ar ilgstošu sadarbību. Vienmēr aktuāli ir domāt, kā uzlabot sadarbību ar uzņēmuma klientiem – pircējiem. Lai veikals „Pie bērza” noturētu pircējus jāriko loterijas ar dažādiem nosacījumiem. Piemēram, visi pirkumi virs 20.00 Ls piedalās loterijā, vai pircējiem jākrāj 10 zīmogi 3 mēnešu laikā, tad iegūst dāvanu, lai iegūtu zīmogu jāiepērkas par 15.00 Ls.

Apskatot uzņēmumu SIA „INAPO” pēc Makkinsija matricas rezultāts norāda, ka uzņēmums atrodas vidējā pievilcības līmenī. Tas priekš uzņēmuma izaugsmes ir labi, bet uz priekšu lielāka vērtība ir jāpievērš investīcijām un rentabilitātes saglabāšanai.

Bet uzņēmuma SVID analīzes un Pāru metodes rezultāts atspoguļots Vjenna diagrammā SIA „INAPO” veikals „Pie bērza”. Lai vieglāk būtu novērtēt kopējo situāciju uzņēmumā SIA „INAPO” veikalā „Pie bērza” tika sastādīta Vjenna diagramma, kura redzama 23. attēlā.

23.attēls. Vjenna diagramma SIA „INAPO” veikals „Pie bērza” (autores veidots)



Aplūkojot 23. attēlu var secināt, ka Vjenna diagrammā tika uzskatāmāk attēloti SVID analīzes un tīkla diagrammu rezultāti. Šādi ir uzskatāmāk redzams, kuras lietas ir nepieciešams uzlabot. Veikalam „Pie bērza” galvenokārt jādomā par naudas līdzekļu ieguldīšanu, lai iegādātos veikala telpas. Otrs būtiskākais ir uzlabot telpas gan atmosfēru, gan novērst slidenās grīdas. Uzņēmumam nepieciešams padomāt, lai īstenotu iespējas no SVID metodes – atvērt jaunu veikalu blakus pagastā.

Uzņēmuma iekšējā vide ir joma, kurā īpašniece var visvairāk diktēt savus noteikumus. Par cik šo jomu īpašniece jau pārzina ļoti veiksmīgi, tad nav nepieciešama tās sekmēšana.

Uzņēmuma īpašniecei vieni no svarīgākajiem rādītājiem ir finanšu dati. Veicot SIA „INAPO” finansiālās darbības rezultātu analīzi tika secināts, ka dažās finanšu jomās nepieciešama veikt uzņēmuma darbības sekmēšanu. Aprēķinot finanšu koeficientus tika noskaidrots, ka daži rezultāti tika aprēķināti ar negatīvu zīmi, jeb neatbilstību veiksmīgai uzņēmējdarbībai. Šādi rezultāti - starpseguma koeficientam, saistību attiecība pret pašu kapitālu, neatkarības koeficientam, finansēšanās koeficientam un pašu kapitāla rentabilitātei. Lai SIA „INAPO” uzlabotu šos rādītājus ir jāveic īstermiņa saistību samazināšana. Rādītājs saistību attiecība pret pašu kapitālu SIA „INAPO” ar katru gadu paliek labāks (2010. gadā 2.43, bet 2011. gadā jau 1.22), tas nozīmē, ka uzņēmumam jāturpina samazināt saistības un jāpalielina pašu kapitāls. Tad arī pārējie finanšu koeficientu rezultāti būs pozitīvi.

Inovatīvas idejas SIA “INAPO”:

Pircēju atlaižu karšu ieviešana - ieteikt Latvijas Tirgotāju savienībai „Lats” ieviest pircēju atlaižu kartes, lai ieinteresētu pircējus biežāk iegriezties veikalā „Pie bērza”.

Pārdevēju kvalifikācijas celšana – apmācības, semināri, kursi.

Klientu apkalpošanas speciālists viennozīmīgi veido savas iestādes tēlu. No tā kāda būs viņa attieksme, profesionālā kompetence un vēlme nemītīgi pilnveidot sevi, būs atkarīgs klienta priekšstats par iestādi un veiksmīga sadarbība nākotnē.

Darbinieku motivēšana - vairāk jāpievērš uzmanība darbinieku motivēšanai, lai stimulētu viņus kvalitatīvāk strādāt un veicinātu uzņēmuma attīstību. Kā piemēram, atzinības izteikšana, algas paaugstināšana, atvaļinājumi.

Veikala klientu vērtējums - uzņēmumā vismaz reizi pusgadā būtu jāiegūst informācija no klientiem par viņu apmierinātības līmeni. Lai mārketingā zinātu, kas darbojas un kas nedarbojas, lai varētu vairāk ieguldīt veiksmīgajās lietās un mazāk — neveiksmīgajās. Ir jāseko līdzi klientu vēlmēm, psiholoģijai un motivācijai. Tas palīdzētu izprast pašreizējo

un potenciālo īpatsvaru klientu tēriņos, to, kas uzņēmuma darbībā būtu jāmaina vai jāuzlabo. Informāciju par klientiem vislabāk ir uzzināt ar aptaujas palīdzību.

Preču sortimenta dažādošana – ik pa laikam piedāvāt kādu jauninājumu preču sortimentā, kas varētu noturēt esošos un piesaistīt jaunus klientus.

Novecojošo iekārtu nomaiņa - veikalā ir daži novecojuši sadzīves preču plaukti, kuru nomaiņa prert jauniem varētu uzlabot veikala vizuālo noformējumu.

SECINĀJUMI

Izstrādājot bakalaura darbu par SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” saimnieciskās darbības analīzi un sekmēšanu tika izdarīti sekojoši *secinājumi*:

1. Mazumtirdzniecība ir tiešā pārdošana pircējiem. Tā ir viena no svarīgākajiem tirgus elementiem, kuram raksturīgs dinamiskums un elastīgāka realizācijas forma.
2. Mazumtirdzniecības apgrozījums Latvijā 2012. gada jūnijā, salīdzinot ar 2011. gada attiecīgo mēnesi, palielinājās par 8,4%, kas ir straujākais pieaugums Eiropas Savienībā.
3. Galvenie mazumtirdzniecības regulējošie likumi - komerclikums, par grāmatvedību, par pārtikas apriti un uzraudzību, alkoholisko dzērienu apriti, ugunsdrošību un ugunsdzēsību likumi.
4. „INAPO” uzņēmējdarbības forma ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību un savu mērķu sasniegšanai izvērs uzņēmējdarbību mazumtirdzniecībā saskaņā ar saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija NACE kodu - 47.11 mazumtirdzniecība nespecializētajos veikalos, kuros galvenokārt pārdod pārtikas preces, dzērienus vai tabaku.
5. Pēc segmentēšanas rezultātiem veikalā „Pie bērza” preces tiek piemērotas lauku iedzīvotājiem pirmās nepieciešamības vajadzībām.
6. SIA „INAPO” ir Latvijas tirgotāju savienības biedrs.
7. Pārdošanas cenas tiek noteiktas vienoti visā Latvijas Tirgotāju savienībā „Lats”, kas veikalam nodrošina zemākas iepirkuma cenas un līdz ar to ir iespēja piedāvāt klientiem konkurētspējīgas, zemas cenas.
8. Uzņēmums pavisam sadarbojas ar 56 piegādātājiem, kas nodrošina plašu izvēles klāstu preču iegādei.
9. Pēc aptaujas rezultātiem varam secināt, ka visi respondenti ar veikala darba laiku, pārdevēju darbu, preču atlaidēm un preču izvietojumu ir pilnībā apmierināti.
10. Veikalam „Pie bērza” ir tikai viens tiešais konkurents veikals „Vārpiņa”, kas arī ir mazumtirdzniecības uzņēmums. Pēc cenu analīzes var secināt, ka cenu starpība veikalam „Pie bērza”, salīdzinot ar konkurenta veikalu „Vārpiņa”, ir neliela.
11. Veikalā strādā pieredzes bagāts personāls, kas nodrošina kvalitatīvu apkalpošanu. SIA „INAPO” tiek nodarbināti 5 cilvēki, kuri ar apmierināti ar savu darbu uzņēmumā, kas nodrošina kadru nemainību. Un uzņēmumā SIA „INAPO” tiek pielietots lineārais pārvaldes organizatoriskās struktūras tips.

12. Pēc pirmā zelta likuma uzņēmums pašu kapitālu vairāk novirzījis apgrozāmiem līdzekļiem, kas netiek uzskatīti par racionālu paša kapitāla izmantošanu. Un pēc otrā zelta likuma aprēķina redzams, ka uzņēmumā ilgtermiņa rīcībā esošais kapitāls pārsniedz ilgtermiņa ieguldījumus. Bet pēc trešā zelta likuma redzams, ka 2010. un 2011. gadā uzņēmums ir samazinājis apgrozāmo līdzekļu krājumus un papildus piesaistījis no ārienes īstermiņa saistības. Tas nozīmē, ka uzņēmumam ir grūtības ar savu saistību segšanu.

13. SIA „INAPO” 2010. gadā strādājot ar peļņu Ls 8582 ir panākts paša kapitāla pieaugums 35%. Bet jau 2011. gadā paša kapitāls ir pieaudzis par 50.9%.

14. Analizējot uzņēmuma likviditātes koeficientus redzams, ka tuvākajā laikā var rasties grūtības segt īstermiņa saistības un tas liecina, ka uzņēmumam ir pārāk maz līdzekļu, lai nodrošinātos pret likviditāti. Un veicot finanšu saistību analīzi un nosakot koeficientus, kas norāda spēju segt savas saistības redzams, ka uzņēmumam ir nepietiekams paša kapitāls un tas darbojas uz aizņemta paša kapitālu.

15. 2010. gadā uzņēmuma realizācijas rentabilitāte ir 3.43%, kas liecina, ka uzņēmums no katra realizētā lata iegūst Ls 3.43. Un 2011. gadā tas ir palielinājies – realizācijas rentabilitāte ir 4.14%. Tas norāda, ka uzņēmuma vadība ir pieņēmusi pareizus lēmumus finanšu uzdevumu pildīšanai.

16. Kopumā darba autore secina, ka SIA „INAPO” saimnieciskā darbība ir veiksmīga, jo to pierāda stabilā tirgus daļa, klientu apmierinātība ar veikala darbību, vienīgā tiešā konkurenta pārspēšana un finansiālo rādītāju uzlabojums ar katru gadu. Var secināt, ka uzņēmumam jāturpina strādāt tādā paša virzienā un jāturpina samazināt finansiālās saistības.

PRIEKŠLIKUMI

Darba izstrādes laikā radās sekojoši *priekšlikumi*:

1. SIA „INAPO” jāiesaka Latvijas Tirdzniecības savienībai „Lats” ieviest pircēju atlaižu kartes, lai ieinteresētu pircējus biežāk iegriezties veikalā „Pie bērza”.
2. Veikalam „Pie bērza” būtu ieteicams palielināt cigarešu un sieviešu higiēnas preču klāstu, lai pieturētu esošos pircējus un piesaistītu jaunu klientu loku.
3. Uzņēmuma īpašnieci jāizvērtē darba rezultātus un jāapsver iespēju atvērt jaunus veikalus citos pagastos, jo līdzšinējie aprēķini liecina par veiksmīgu darbību mazos pagastos.
4. Apsvērt iespēju, privatizēt īrētās telpas, lai nodrošinātu stabilitāti veikala darbībai.
5. Motivēt darbiniekus vēl pilnvērtīgāk strādāt, ieviešot titulu – mēneša darbinieks, kuram piešķirtu mazu dāvanu. Pēc tam izvirzīt gada darbinieku, kurš saņemtu lielāku dāvanu. Tas veicinātu ne tikai darba kvalitāti, bet atsauktos arī uz klientu apkalpošanu.
6. Rīkot tiem klientiem loterijas, piemēram, četras reizes gadā, kuri veikuši pirkumu veikalā „Pie bērza” virs 20,00 Ls, tā stimulējot lielāku pārdoto preču noietu.
7. SIA „INAPO” jāsamazina uzņēmuma finansiālās saistības un jāpalielina paša kapitāls, lai iegūtu pozitīvus finansiālos rezultātus, kas nodrošinātu stabilitāti uzņēmuma saimnieciskai darbībai.

IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN INFORMĀCIJAS AVOTU SARAKSTS

1. Aaker D.A. (2004) *Strategic Market Management 7th.*, Wiley, 254 p.
2. David. R.F.(2003) *Strategic Management. Concepts and Cases. 9th-ed.*, Wiley 352 p.
3. I. Geipele (2002) *Tirgziņības pamati*. Rīga: Jumava, 305 lpp.
4. J.Benze (1998) *Finanšu grāmatvedība*. Rīga: auditorfirma x„Grāmatvedis”, 322 lpp.
5. J. Beļčikovs, V. Praude (1999) *Mārketings*. Rīga: Vaidelote, 559 lpp.
6. J. Pildavs (2004) *Kvalitātes vadīšanas teorijas pamati*. Rīga: Kamene, 56 lpp.
7. M.Rurāne (1997) *Uzņēmuma Finanšu Vadība*. Rīga: SIA “Turības mācību centrs”, 255lpp.
8. S.Joma, E.Kalnīte, G.Pelše, J.Pujāts, D.Pūre, I.Ruperte (2002) *Mazā biznesa kurss*. Rīga: Jumava, 330 lpp.
9. А.Г. Худокормова. (1993) *Маркетинг*. М.: Экономика, 571с.
10. Дихтль Е., Хершген Х.(1995) *Практический маркетинг*. М.: Высшая школа, 243с.
11. Эванс Дж.Р., Берман Б.(2002) *Маркетинг*. Издание: М: Сирин. 308 с.
12. Пилдиг Дж. (1991) *Путь к покупателю*: Издание: М.: Прогресс, 255 с.
13. Latvijas Tirgotāju savienības „Lats” (05.2012.) *Preču reklāmas avīze*. 1-4 lpp.
14. I. Feldmane, (2012, 28. aprīlis) *Par mazumtirdzniecības apgrozījumu 2012. gada martā*. <http://www.csb.gov.lv/notikumi/par-mazumtirdzniecibas-apgrozijumu-2012gada-marta-33332.html> (skatīts 21.06.2012.).
15. *Mazumtirdzniecība*. <http://data.csb.gov.lv/DATABASE/rupnbuvm/Ikgad%E7jie%20statistikas%20dati/Iek%F0zemes%20tirdzniec%EeEba%20un%20maksas%20pakalpojumi/TI060lv.htm> (skatīts 19.06.2012.).
16. Ekonomikas ministrija, (2012, 28. septembris) *Mazumtirdzniecības apgrozījums gada griezumā joprojām turpina strauji pieaugt*. Delfi Bizness Sadaļā: *Bizness* <http://www.delfi.lv/bizness/viedokli/em-mazumtirdzniecibas-apgrozijums-gada-griezumajoprojam-turpina-strauji-pieaugt.d?id=42707854> (skatīts 10.10.2012.).

17. Nekrize.lv redaktors, (2012, 6.augusts) *Latvijā jūnijā straujākais mazumtirdzniecības pieaugums ES. Nekrize.lv sadaļa: aktuāli, jaunumi.*
<http://nekrize.lv/latvija-junija-straujakais-mazumtirdzniecibas-pieaugums-es/> (skatīts 15.09.2012.).
18. Latvijas Republikas Normatīvie Dokumenti www.likumi.lv:
- 18.1. *Par vispieprasītāko mazumtirdzniecības cenu cigaretēm.* Valsts ieņēmumu dienesta rīkojums Nr.85 (2005, 27. janvāris) <http://www.likumi.lv/doc.php?id=100519> (skatīts 15.09.2012.);
- 18.2. *Akcīzes preču aprites kārtība.* MK noteikumi Nr.662 (2005, 30. augusts) <http://www.likumi.lv/doc.php?id=115573> (skatīts 16.09.2012.);
- 18.3. *Prasības dzīvnieku barības mazumtirdzniecībai.* MK noteikumi Nr.662 (2010, 9. novembris) <http://www.likumi.lv/doc.php?id=221138> (skatīts 16.09.2012.);
- 18.4. *Alkoholisko dzērienu aprites likums.* (2004, 22. aprīlis) <http://www.likumi.lv/doc.php?id=88009> (skatīts 15.09.2012.);
- 18.5. *Komerclikums.* (2012, 10. jūlijs) <http://www.likumi.lv/doc.php?id=5490> (skatīts 10.09.2012.);
- 18.6. *Par grāmatvedību.* LR likums (2012) <http://www.likumi.lv/doc.php?id=66460> (skatīts 10.09.2012.);
- 18.7. *Gada pārskatu likums.* LR likums 22.11.2006. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=66461>, (skatīts 12.12.2011.);
- 18.8. *Ugunsdrošības un ugunsdzēsības likums* (2012) <http://www.likumi.lv/doc.php?id=68293> (skatīts 19.06.2011.).
19. *Nodokļu likmes Latvijas Republikā.* (2012, 15. augusts) <http://www.vid.gov.lv/default.aspx?tabid=8&id=2982&hl=1> (skatīts 19.06.2011.).
20. *Tiesību akti* (2012) <http://vid.gov.lv/default.aspx?tabid=8&id=181&hl=1> (skatīts 19.06.2011.).
21. *Patēriņa cenas* (2012) <http://data.csb.gov.lv/DATABASE/ekfin/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Pat%C4%93ri%C5%86a%20cenas/Pat%C4%93ri%C5%86a%20cenas.asp> (skatīts 10.06.2011.).
22. *Tirdzniecība un pakalpojumi.* (2012) <http://data.csb.gov.lv/DATABASE/rupnbuvm/Ikgad%C4%93jie%20statistikas%20dati/Iek%C5%A1zemes%20tirdzniec%C4%ABba%20un%20maksas%20pakalpojumi/Iek%C5%A1zemes%20tirdzniec%C4%ABba%20un%20maksas%20pakalpojumi.asp> (skatīts 10.06.2011.).

23. *Trade Definition*. (2010) <http://dictionary.reference.com/browse/trade> (skatīts 10.06.2012.).

24. *Office of Trade and Industry Information*. (2012) <http://trade.gov/data.asp> (skatīts 11.06.2012.).

25. SIA "INAPO" nepublicētie materiāli:

25.1. 2009. gada bilance;

25.2. 2010. gada bilance;

25.3. 2011. gada bilance;

25.4. 2009. gada peļņas vai zaudējumu aprēķins;

25.5. 2010. gada peļņas vai zaudējumu aprēķins;

25.6. 2011. gada peļņas vai zaudējumu aprēķins.

PIELIKUMI

1. pielikums. Darba aizsardzības regulējošie normatīvie akti vairumtirdzniecībā un mazumtirdzniecībā

Šeit minēti tikai raksturīgākie/nepieciešamie normatīvie akti attiecībā uz tirdzniecības nozari. Visus normatīvos aktus darba aizsardzībā var atrast www.likumi.lv, www.osha.lv, www.vdi.gov.lv

Nr. p.k.	Normatīvā akta nosaukums	Normatīva Nr.	Pieņemts	Stājas spēkā	Piezīmes
1	2	3	4	5	6
Likumi					
1.	Par obligāto sociālo apdrošināšanu pret nelaimes gadījumiem darbā un arodslimībām		-	02.11.1995.	01.01.1997.
2.	Par atbilstības novērtēšanu		-	08.08.1996.	03.09.1996.
3.	Ķīmisko vielu likums		-	01.04.1998.	01.01.1999.
4.	Par bīstamo iekārtu tehnisko uzraudzību		-	24.09.1998.	27.10.1998.
5.	Darba aizsardzības likums		-	20.06.2001	01.01.2002.
6.	Darba likums		-	20.06.2001.	01.06.2002.
7.	Ugunsdrošības un ugunsdzēsības likums		-	24.10.2002.	01.01.2003
8.	Valsts darba inspekcijas likums		-	19.06.2008.	10.07.2008.
Ministru kabineta noteikumi					
1.	Iekārtu elektrodrošības noteikumi		187	30.05.2000.	03.06.2000.
2.	Noteikumi par bīstamajām iekārtām		384	07.11.2000.	11.11.2000.
3.	Noteikumi par darbiem, kas saistīti ar iespējamu risku citu cilvēku veselībai un kuros nodarbinātās personas tiek pakļautas obligātajām veselības pārbaudēm		494	27.11.2001.	01.12.2001.
4.	Ķīmisko vielu un ķīmisko produktu klasificēšanas, marķēšanas un iepakojšanas kārtība		107	12.03.2002.	30.07.2002.
5.	Noteikumi par darbiem, kuros aizliegts nodarbināt pusaudžus, un izņēmumi, kad nodarbināšana šajos darbos ir atļauta saistībā ar pusaudža profesionālo apmācību		206	28.05.2002.	01.06.2002.
6.	Darba aizsardzības prasības, strādājot ar displeju		343	06.08.2002.	10.08.2002.
7.	Darba aizsardzības prasības, pārvietojot smagumus		344	06.08.2002.	10.08.2002.
8.	Darba aizsardzības prasības, lietojot individuālos aizsardzības līdzekļus		372	20.08.2002.	24.08.2002.

9.	Darba aizsardzības prasības drošības zīmju lietošanā	400	03.09.2002.	07.09.2002.
10.	Uzticības personu ievēlēšanas un darbības kārtība	427	17.09.2002.	28.09.2002.
11.	Darba aizsardzības prasības, lietojot darba aprīkojumu un strādājot augstumā	526	09.12.2002.	13.12.2002.
12.	Darba aizsardzības prasības nodarbināto aizsardzībai pret darba vides trokšņa radīto risku	66	04.02.2003.	08.02.2003.
13.	Ugunsdrošības noteikumi	82	17.02.2004.	21.02.2004.
14.	Darba aizsardzības prasības nodarbināto aizsardzībai pret vibrācijas radīto risku darba vidē	284	13.04.2004.	01.07.2005.
15.	Noteikumi par komercdarbības veidiem, kuros darba devējs iesaista kompetentu institūciju	99	08.02.2005.	01.01.2006.
16.	Noteikumi par bīstamo iekārtu pārbaudes zīmi	124	14.02.2006.	18.02.2006.
17.	Arodslimību izmeklēšanas un uzskaites kārtība	908	06.11.2006.	01.01.2007.
18.	Darba aizsardzības prasības saskarē ar ķīmiskajām vielām darba vietās	325	15.05.2007.	19.05.2007.
19.	Darba vides iekšējās uzraudzības veikšanas kārtība	660	02.10.2007.	06.10.2007.
20.	Mašīnu drošības noteikumi	195	25.03.2008.	29.12.2009.
21.	Bīstamo iekārtu avāriju izmeklēšanas kārtība	535	14.07.2008.	17.07.2008.
22.	Noteikumi par prasībām kompetentām institūcijām un kompetentiem speciālistiem darba aizsardzības jautājumos un kompetences novērtēšanas kārtību	723	08.09.2008.	01.01.2009.
23.	Kārtība, kādā veicama obligātā veselības pārbaude	219	10.03.2009.	01.04.2009.
24.	Darba aizsardzības prasības darba vietās	359	28.04.2009	01.01.2010.
25.	Nelaimes gadījumu darbā izmeklēšanas un uzskaites kārtība	950	25.08.2009.	01.01.2010.
26.	Noteikumi par bīstamo iekārtu reģistrāciju	1320	17.11.2009.	25.11.2009.
27.	Kravas celtnu tehniskās uzraudzības kārtība	113	09.02.2010.	13.02.2010.
28.	Noteikumi par kārtību, kādā nodrošina apmācību pirmās palīdzības sniegšanā, un pirmās palīdzības aptieciņas medicīnisko materiālu minimumu	713	03.08.2010.	07.08.2010.
29.	Apmācības kārtība darba aizsardzības jautājumos	749	10.08.2010.	01.10.2010.

Saistītie standarti

1.	Akustika –Darba vides trokšņa ekspozīcijas noteikšana un	LVS ISO	Obligāts
----	--	---------	----------

	trokšņa izraisītu dzirdes bojājumu prognozēšana	1999:1990	
2.	Akustika. Darba vides trokšņa ekspozīcijas noteikšana. Tehniskā metode	LVS ISO 9612:2009	Obligāts
3.	Akustika –vides trokšņa raksturošana, mērīšana un novērtēšana –1. Daļa: Pamatlielumi un novērtēšanas procedūras	LVS ISO 1996-1:2004	Obligāts
4.	Akustika. Vides trokšņa raksturošana, mērīšana un novērtēšana. 2. daļa: Vides trokšņa līmeņu noteikšana	LVS ISO 1996-2:2008	Obligāts
5.	Ugunsdrošībai un civilajai aizsardzībai lietojamās drošības zīmes un signālkārtojums	LVS 446:2004	Obligāts
6.	Mašīnas drošums. Cilvēka fiziskās darba spējas. 1. daļa: Terminu un definīcijas	LVS EN 1005-1+A1:2009	Ieteicams
7.	Mašīnas drošums. Cilvēka fiziskās darba spējas. 2. daļa: Manuālā darbošanās ar mašīnām un to detaļām	LVS EN 1005-2+A1:2009	Ieteicams
8.	Mašīnas drošums. Cilvēka fiziskās darba spējas. 3. daļa: Darbā ar mašīnām ieteicamās spēka robežvērtības	LVS EN 1005-3+A1:2009	Ieteicams
9.	Darba vides gaiss. Aerogēno daļiņu lielumu definēšana to mērīšanai gaisā	LVS EN 481:2004	Ieteicams
10.	Darba vides gaiss. Vispārējās prasības ķīmisko vielu mērīšanas procedūru veikspēja	LVS EN 482:2006	Ieteicams
11.	Darba vides gaiss. Vadlīnijas ielpojamo ķīmisko vielu ekspozīcijas novērtējumam, salīdzinot ar robežvērtībām, un mērīšanas stratēģija	LVS EN 689:2004	Ieteicams

2. pielikums. Bilances aktīvu uzskaitē izmantotie konti

Ilgtermiņa ieguldījumi

1120 Koncesijas, patenti, licences, tirdzniecības zīmes un līdzīgas tiesības; datoru programmas

1.2. Pamatlīdzekļi

1210 Zemes gabali, ēkas, būves, ilggadīgie stādījumi un citi nekustamā īpašuma objekti

1230 Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs

1290 Pamatlīdzekļu nolietojums (pasīvā)

Apgrozāmie līdzekļi

2.1. Krājumi

2130 Gatavie ražojumi un preces pārdošanai

2190 Avansa maksājumi par precēm

2.3. Norēķini par prasībām (ar debitoriem)

2310 Norēķini ar pircējiem un pasūtītājiem

2350 Norēķini ar citiem debitoriem

2370 Īstermiņa aizdevumi sabiedrības dalībniekiem un vadībai

2380 Norēķini par prasībām pret personālu un īstermiņa aizdevumi personālam

2390 Pārmaksātie nodokļi, iepriekš samaksātie nodokļi

2.4. Nākamo periodu izdevumi

2410 Nākamo periodu izdevumi

2.6. Naudas līdzekļi

2610 Kase

2620 Norēķinu konti bankas

Pašu kapitāls

3.1. Pamatkapitāls vai līdzdalības kapitāls,

3110 Pamatkapitāls vai līdzdalības kapitāls

3.2. Privātkonti

3210 Privātiem nolūkiem izņemtie līdzekļi

3220 Privātie ieguldījumi

3.3. Rezerves

3330 Citas likumā paredzētās rezerves

3.4. Nesadalītā peļņa vai nesegtie zaudējumi

3410 Pārskata gada nesadalītā peļņa

3420 Iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa

Uzkrājumi*4.3. Citi uzkrājumi*

4310 Citi uzkrājumi

Kreditori

5140 Citi aizņēmumi

5150 Īstermiņa aizņēmumi no kredītiestādēm

5160 Ilgtermiņa aizņēmumi no kredītiestādēm

5.3. Norēķini ar piegādātājiem un darbuzņēmējiem

5310 Norēķini ar piegādātājiem un darbuzņēmējiem

5.5. Norēķini ar uzņēmumiem, dalībniekiem un personālu

5550 Norēķini par parādiem personālam

5.6. Norēķini par darba samaksu un ieturējumiem (izņemot nodokļus)

5610 Norēķini par darba algu

5620 Norēķini par ieturējumiem no darba algas (izņemot nodokļus)

5.7. Norēķini par nodokļiem

5710 Norēķini par peļņas nodokli

5720 Norēķini par iedzīvotāju ienākuma nodokli

5721 Norēķini par PVN

5722 Norēķini par VSAI

5723 Norēķini par riska nodevu

5.8. Norēķini par dividendēm

5810 Norēķini par pārskata gada dividendēm

5820 Norēķini par iepriekšējo gadu neizmaksātajām dividendēm

5.9. Nākamo periodu ieņēmumi

5910 Nākamo periodu ieņēmumi

II. Operāciju konti**Ieņēmumi no uzņēmuma saimnieciskās darbības***6.1. Ieņēmumi no pārdošanas, kas apliekami ar nodokļiem vispārējā kārtībā*

6110 Ieņēmumi no pamatdarbības produkcijas un pakalpojumu pārdošanas

6.2. Ieņēmumi no pārdošanas, kas citādi apliekami ar nodokļiem

6210 Ar nodokļiem neapliekamie pārdošanas ieņēmumi

6220 Ar īpašiem nodokļiem apliekamie pārdošanas ieņēmumi

6.3. Komisijas, starpniecības un citi ieņēmumi

6330 Ieņēmumi no taras realizācijas

6.4. Ieņēmumus samazinošās atlaides

6410 Piešķirtās skonto atlaides

6420 Piešķirtie bonusi

Saimnieciskās darbības izdevumi

7.1. Izdevumi izejvielu, materiālu un preču iepirkšanai

7120 Preču iepirkšanas un piegādes izdevumi

7130 Saņemtās atlaides

7140 Taras izdevumi

7150 Muitas un ievēnodevas

7160 Pārējie ārējie izdevumi

7170 Samaksa par darbiem un pakalpojumiem no ārienes

7180 Pārējie materiālie izdevumi (nodoklis par dabas resursu izmantošanu, celmu nauda u.c.)

7190 Pirkto materiālu un preču krājumu un vērtības izmaiņas

7.2. Personāla izmaksas

7210 Strādnieku algas

7220 Pārvaldes personāla un administratīvā personāla algas

7240 Pārējās personāla izmaksas

7.3. Sociālās nodevas un izmaksas

7310 Sociālais nodoklis

7320 Pārējās sociālās izmaksas

7.4. Pamatlīdzekļu nolietojums un citu ieguldījumu vērtības norakstījumi

7420 Pamatlīdzekļu nolietojums

7440 Apgrozāmo līdzekļu vērtības norakstīšana

7.5. Pārējie saimnieciskās darbības izdevumi

7510 Dabas aizsardzības izdevumi

7540 Apdrošināšanas maksājumi (izņemot darbinieku apdrošināšanu)

7550 Pārējie saimnieciskās darbības izdevumi

7560 Strādnieku vervēšanas un apmācības izdevumi

7570 Komandējumu izdevumi

7.6. Preču pārdošanas izdevumi

7610 Iesaiņojamais materiāls, tara

7620 Preču transporta izdevumi

7640 Samaksātās komisijas naudas

7650 Citi pārdošanas izdevumi

7.7. Administrācijas izdevumi

7710 Sakaru izdevumi

7720 Kantora (biroja) izdevumi

7730 Juristu pakalpojumu apmaksā

7750 Naudas apgrozījuma blakus izdevumi

7760 Transporta izdevumi administrācijas vajadzībām

7770 Citi vadīšanas un administrācijas izdevumi

7.8. Pārskata periodā iekļaujamie iepriekšējo periodu izdevumi

7810 Pārskata periodā iekļaujamie iepriekšējo periodu izdevumi

Dažādi ieņēmumi un izdevumi, peļņa un zaudējumi*8.1. Dažādi ieņēmumi*

8140 Ziedojumi un citi tiem pielīdzināmi ieņēmumi

8150 Ienākumi no valūtu kursa paaugstināšanās

8160 Saņemtās soda naudas un līgumsodi

8170 Peļņa no ārzemju valūtas pārdošanas vai pirkšanas

8190 Citi ieņēmumi

8.2. Dažādi izdevumi

8220 Samaksātie procenti un tiem pielīdzināmie izdevumi

8240 Ilgtermiņa aizdevumu procentu samaksa

8250 Zaudējumi no valūtu kursa pazemināšanās

8260 Samaksātās soda naudas un līgumsodi

8290 Citi izdevumi

8.3. Ārkārtas ieņēmumi

8310 Ārkārtas ieņēmumi

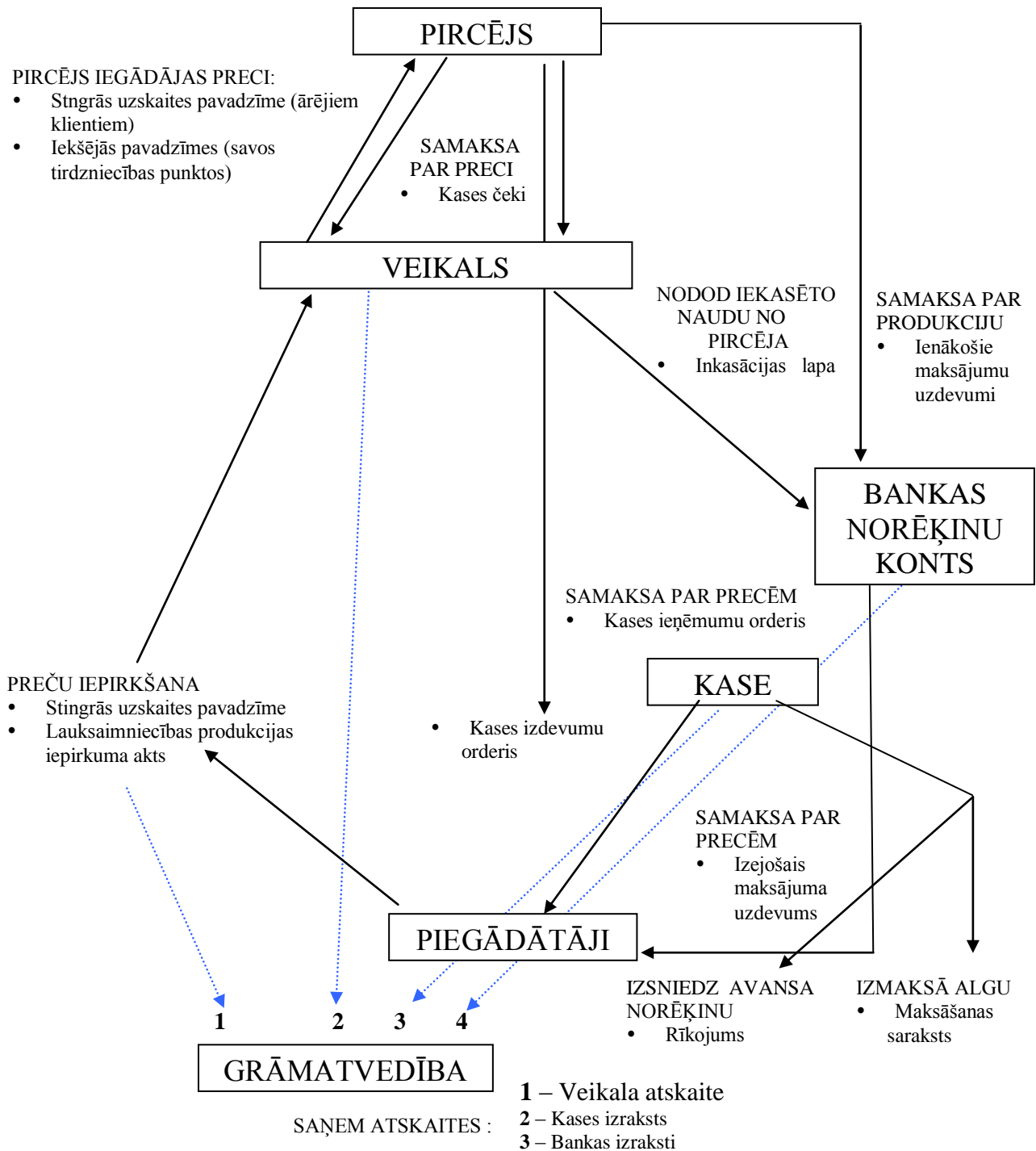
8.4. Ārkārtas izdevumi

8410 Ārkārtas izdevumi

8.6. Peļņa vai zaudējumi

8610 Peļņa vai zaudējumi

3. pielikums Dokumentu apgrozības shēma uzņēmumā SIA „INAPO”(autores veidots)



4. pielikums. Anketa „Kā klienti ir apmierināti ar uzņēmuma SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” darbību (autores veidots)

Aptaujas anketa

Cienījamais klient!

Mēs, SIA ‘‘INAPO’’ Vārmes veikala ‘‘Pie bērza’’ darbinieki, vēlētos uzzināt Jūsu viedokli, vērtējumu un ierosinājumus par uzņēmuma darbību, darba laiku, apkalpošanu, piedāvāto produkciju, kas palīdzētu uzlabot mūsu darbu kvalitāti nodrošinātu Jūsu vēlmes.

Jau iepriekš pateicamies par Jūsu atsaucību un atklātību!

1. Vai Jūs apmierina mūsu veikala darba laiks?

- Apmierina
- Neapmierina
- Vajadzētu garāku darba laiku

2. Vai Jūs apmierina piedāvātais preču sortiments?

- Apmierina
- Neapmierina
- Preču sortiments ir par lielu, vajadzētu samazināt

_____ klāstu

- Preču sortiments ir par mazu, vajadzētu palielināt

_____ klāstu

3. Vai Jūs apmierina mūsu pārdevēju darbs?

- Apmierina
- Neapmierina _____
- Viduvēji

4. Vai Jūs apmierina mūsu veikala reklāmas pasākumi?

- Apmierina
- Neapmierina
- Vajadzētu uzlabot _____

5. Vai Jūs apmierina veikala piedāvātās atlaides?

- Jā
- Nē
- Varētu būt vairāk

6. Cik bieži Jūs iepērkaties mūsu veikalā?

- Vismaz reizi dienā
- Reizi divās dienās
- Nedēļā divas reizes
- Reizi nedēļā
- Retāk

7. Kā Jūs vērtējat mūsu veikalu salīdzinājumā ar konkurentiem?

- Augsti
- Zemi
- Vienlīdzīgi
- Kā kuru reizi

8. Vai Jums ir svarīga preces kvalitāte vai cena?

- Iegādātos kvalitatīvāku precī par augstāku cenu
 - Iegādātos zemākas kvalitātes precī par zemāku cenu
 - Iegādātos ekoloģiski tīru produkciju neatkarīgi no cenas
 - Vislabprātāk iegādātos Latvijā ražotu precī
-

9. Vai Jūs apmierina preču cenas veikalā?

- Apmierina
- Neapmierina _____

10. Vai Jūs apmierina mūsu veikala iekārtojums uz preču izvietojums?

Apmierina

Neapmierina _____

Ja jums ir kāda sūdzība vai pateicība, varat ierakstīt tās šajās rindās! Mēs esam pateicīgi par Jūsu atsaucību!

Sūdzība _____

Pateicība _____

Paldies!

Ļoti priecājamies parūsu sadarbību!

5. pielikums. SIA „INAPO” veikala „Pie bērza” SVID analīze (autores veidots)

Stiprās puses	Vājās puses
<ul style="list-style-type: none"> Stabila tirgus daļa; Darbība Latvijas tirgotāju asociācijā; Elastība preču sortimentu izvēlē; Iespēja noturēt pievilcīgi zemu pārdošanas cenu; Pieredzējušais personāls; Kvalitatīva klientu apkalpošana. 	<ul style="list-style-type: none"> Veikals atrodas īrētās telpās; Veikalam ir neērta ieeja(augstas akmens trepes); Tumšas telpas – nav mājīguma atmosfēra; Slidenas grīdas; Pārdevējām liela slodze.
Iespējas	Draudi
<ul style="list-style-type: none"> Jaunu veikalu atvēršana; Īrēto telpu privatizēšana; Darbinieku kvalifikācijas paaugstināšana; Telpu paplašināšana; Piesaistot klientus rīkot loterijas. 	<ul style="list-style-type: none"> Ekonomiskās situācijas pasliktināšanās; Īrēto telpu uzteikums; Zems Vārmes pagasta iedzīvotāju ienākumu līmenis; Demogrāfiskās situācijas pasliktināšanās; Jauna konkurenta veikala atvēršana.

6. pielikums. SIA „INAPO” darbības stiprās puses pāru metodē (autores veidots)

Nr.	Siprās puses	1	2	3	4	5	6	Kopā
1	Stabila tirgus daļa		1	1	4	1	1	4x
2	Darbība Latvijas tirgotāju asociācijā	1		2	4	2	6	2x
3	Elastība preču sortimentu izvēlē	1	2		4	3	6	1x
4	Iespēja noturēt pievilcīgi zemu pārdošanas cenu	4	4	4		4	4	5x
5	Pieredzējušais personāls	1	2	3	4		5	1x
6	Kvalitatīva klientu apkalpošana	1	6	6	4	5		2x

7. pielikums. SIA „INAPO” darbības vājās puses pāru metodē (autores veidots)

Nr.	Vājās puses	1	2	3	4	5	Kopā
1	Veikals atrodas īrētās telpās		1	1	1	1	4x
2	Veikalam ir neērta ieeja (augstas akmens trepes)	1		3	2	5	1x
3	Tumšas telpas – nav mājīguma atmosfēra	1	3		3	3	3x
4	Slidenas grīdas	1	2	3		5	2x
5	Pārdevējām liela slodze	1	5	3	5		0x

8. pielikums. SIA „INAPO” darbības iespējas pāru metodē (autores veidots)

Nr.	Iespējas	1	2	3	4	5	Kopā
1	Jaunu veikalu atvēršana		1	1	1	1	4x
2	Īrēto telpu privatizēšana	1		2	2	2	3x
3	Darbinieku kvalifikācijas paaugstināšana	1	2		3	5	1x
4	Telpu paplašināšana	1	2	3		4	1x
5	Piesaistot klientus rīkot loterijas	1	2	5	4		1x

9. pielikums. SIA „INAPO” darbības draudi pāru metodē (autores veidots)

Nr.	Draudi	1	2	3	4	5	Kopā
1	Ekonomiskās situācijas pasliktināšanās		2	1	4	1	2x
2	Īrēto telpu uzteikums	2		2	2	2	4x
3	Zems Vārmes pagasta iedzīvotāju ienākumu līmenis	1	2		3	5	1x
4	Demogrāfiskās situācijas pasliktināšanās	4	2	3		5	1x
5	Jauna konkurenta veikala atvēršana	1	2	5	5		2x

10.pielikums. SIA „INAPO” bilance par 2009., 2010., 2011. gadu(uzņēmuma dati)

Bilance uz 2011.gada 31.decembri**Aktīvs**

AKTĪVS		Piel. Nr.	2011. gads	2010. gads	2009. gads
1. ILGTERMIŅA IEGULDĪJUMI					
II	Pamatlīdzekļi				
	3. Iekārtas un mašīnas		1 557	1 500	1 446
	4. Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs		3 856	3 988	4 249
II	Pamatlīdzekļi kopā		5 413	5 488	5 695
1. IEDAĻAS KOPSUMMA			5 413	5 488	5 695
2. APGROZĀMIE LĪDZEKĻI					
I	Krājumi				
	3. Gatavie ražojumi un preces pārdošanai		35 667	21 220	13 961
I	Krājumi kopā		35 667	21 220	13 961
III	Debitori				
	1. Pircēju un pasūtītāju parādi		98	0	155
	4. Citi debitori		699	1 088	814
III	Debitori kopā		797	1 088	969
V	Nauda kopā		5 799	2 786	7 865
2. IEDAĻAS KOPSUMMA			42 263	25 094	22 795
BILANCE			47 676	30 582	28 490

Bilance uz 2011.gada 31.decembri**Pasīvs**

PASĪVS		Piel. Nr.	2011. gads	2010. gads	2009. gads
1. PAŠU KAPITĀLS					
	1. Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)		2 000	2 000	2 000
	6. Nesadalītā peļņa:				
	a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa		8 926	-1 656	
	b) pārskata gada nesadalītā peļņa		10 562	8 582	-3 656
1. IEDAĻAS KOPSUMMA			21 488	8 926	-1 656
3. KREDITORI					
II	Īstermiņa kreditori				
	1. Aizņēmumi pret obligācijām		-	-	-
	2. Akcijās pārvēršamie aizņēmumi		-	-	-
	3. Aizņēmumi no kredītiestādēm, līzings		-	-	-
	4. Citi aizņēmumi		2 000	2 300	-
	5. No pircējiem saņemtie avansi		-	-	-
	6. Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem		19 335	14 800	24 816
	Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas		4 364	4 228	4 188
	10. obligātās iemaksas		4 364	4 228	4 188
	11. Pārējie kreditori		489	328	1 103
	14. Uzkrātās saistības		0	0	39
II	Īstermiņa kreditori kopā		26 188	21 656	30 146
3. IEDAĻAS KOPSUMMA			26 188	21 656	30 146
BILANCE			47 676	30 582	28 490

11.pielikums. SIA „INAPO” peļņas vai zaudējumu aprēķins par 2009., 2010., 2011. gadu
(uzņēmuma dati)

INAPO, 41203033950

Kuldīgas NOVADS, VĀRMES PAGASTS, BURTNIKI

Mērvienība: Ls

PEĻNAS VAI ZAUDĒJUMU APRĒĶINS

01.01.2011.-31.12.2011.

(pēc apgrozījuma izmaksu metodes)

Nr. p.k	Rādītāja nosaukums	Piezīmes Nr.	2011. gads	2010. gads	2009. gads
1.	Neto apgrozījums		255 247	250 012	255 021
2.	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas		207 695	206 850	207 666
3.	Bruto peļņa vai zaudējumi (no apgrozījuma)		47 552	43 162	47 355
4.	Pārdošanas izmaksas		32 406	30 188	45 807
5.	Administrācijas izmaksas		4 158	3 820	4 398
6.	Pārējie uzņēmuma saimnieciskās darbības ieņēmumi		-	-	-
7.	Pārējās uzņēmuma saimnieciskās darbības izmaksas		426	572	806
8.	Ieņēmumi no līdzdalības koncerna meitas un asociēto uzņēmumu kapitāls		-	-	-
9.	Ieņēmumi no vērtspapīriem un aizdevumiem, kas veidojuši ilgtermiņa ieguldījumus		-	-	-
10.	Pārējie procentu ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi		-	-	-
11.	Ilgtermiņa finanšu ieguldījumu un īstermiņa vērtspapīru vērtības norakstīšana		-	-	-
12.	Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas				
13.	Peļņa vai zaudējumi pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem		10 562	8 582	-3 656
14.	Ārkārtas ieņēmumi		-	-	-
15.	Ārkārtas izmaksas		-	-	-
16.	Peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem		10 562	8 582	-3 656
17.	Uzņēmuma ienākuma nodoklis par pārskata periodu		-	-	-
18.	Pārējie nodokļi		-	-	-
19.	Atliktais uzņēmuma ienākuma nodoklis		-	-	-
20.	Pārskata perioda peļņa vai zaudējumi pēc nodokļiem		10 562	8 582	-3 656

Valdes priekšsēdētājs _____

Inese
Podkalne

IZZIŅA PAR AIZSTĀVĒŠANU

Bakalaura darbs izstrādāts RPIVA Sociālo zinātņu fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka *Rīgas pedagogijas un izglītības vadības akadēmijā* iesniegtais, manis izstrādātais bakalaura darbs ir oriģināldarbs, kas izstrādāts patstāvīgi, un nav plagātijs.

Bakalaura darba autors/-e: _____

(vārds, uzvārds, paraksts)

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai - darba zinātniskais/-ā vadītājs/-āja:

(akadēmiskais amats, zinātniskais grāds, vārds, uzvārds, paraksts)

Bakalaura darbs aizstāvēts Pārbaudījuma komisijas 20__gada _____
sēdē, protokola Nr. _____, vērtējums: ____ (_____)

Valsts pārbaudījuma komisijas priekšsēdētājs:

(akadēmiskais amats, zinātniskais grāds, vārds, uzvārds, paraksts)