

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
BIZNESA, VADĪBAS UN EKONOMIKAS FAKULTĀTE
FINANŠU KATEDRA

PROJEKTS: SIA “HANG IT UP” DIBINĀŠANA

Project: Establishment of Ltd. “HANG IT UP”

Maģistra darbs

Autors: Profesionālās maģistra programmas
Finanšu ekonomika 1.kursa students
Jānis Zāle
Stud. apl. Nr.: jz11046

Darba vadītājs: Mg.ekon., Lekt. Līga Leitāne

RĪGA, 2017

SATURS

ANOTĀCIJA	4
ANOTATION	10
APZĪMĒJUMU SARAKSTS	15
1. PROJEKTA IDEJA, AKTUALITĀTE	16
2. UZŅĒMUMS	20
2.1. UZŅĒMUMA JURIDISKĀ FORMA, NOSAUKUMS, ATRAŠANĀS VIETA	20
2.1.1. <i>Juridiskā forma</i>	20
2.1.2. <i>Nosaukums</i>	25
2.1.3. <i>Atrašanās vieta</i>	27
2.2. PAMATKAPITĀLS, ĪPAŠNIEKI, TO LĪDZDALĪBA PAMATKAPITĀLĀ.....	28
2.3. ZEME, ĒKAS, PAMATLĪDZEKĻI (ĪPAŠUMĀ VAI NOMĀTI)	28
2.4. UZŅĒMUMA ORGANIZATORISKĀ STRUKTŪRA UN VADĪBA, NODARBINĀTO SKAITS	29
2.5. ĀRĒJĀ FINANSĒJUMA PIESAISTES PROBLĒMAS	30
2.5.1. <i>Privātie investori</i>	31
2.5.2. <i>Aizņemtais kapitāls no kredītiestādēm</i>	32
3. NOZARES IZPĒTE	39
3.1. NOZARES ATTĪSTĪBAS TENDENCES PĒDĒJOS 5 GADOS	40
3.2. NOZARES ATTĪSTĪBAS PERSPEKTĪVAS TURPMĀKAJOS 3 GADOS	44
3.3. NOZARES TIESISKAIS REGULĒJUMS (LIKUMI, MK NOTEIKUMI, LICENCES, ATĻAUJAS UTT.)	47
4. UZŅĒMUMA DARBĪBAS RAKSTUROJUMS, PRODUKTI, PAKALPOJUMI	50
4.1. UZŅĒMUMA PRODUKTU (PAKALPOJUMU) RAKSTUROJUMS	50
4.1.1. <i>Produkta īpašības, kvalitāte, cena</i>	50
4.1.2. <i>Izplatīšanas veidi, apkalpošana</i>	51
4.2. IZEJVIELU UN MATERIĀLU ĪSS RAKSTUROJUMS, PIEGĀDĀTĀJI	52
5. MĀRKETINGS	55
5.1. UZŅĒMUMA RAŽOJAMO PRODUKTU (PAKALPOJUMU) BŪTISKĀKO NOIETA TIRGU IZPĒTE ..	55
5.2. UZŅĒMUMA KLIENTU ANALĪZE.....	55
5.2.1. <i>Patērētāju grupējums, lielums, to teritoriālais izvietojums</i>	55
5.2.2. <i>Svarīgāko pastāvīgo klientu uzskaitījums</i>	56
5.3. UZŅĒMUMA SVARĪGĀKIE KONKURENTI, TO TIRGUS DAĻAS UN ATTĪSTĪBAS PROGNOZES ...	56
5.4. UZŅĒMUMA KONKURĒTSPĒJAS ANALĪZE	57
5.4.1. <i>Uzņēmuma produkta vieta tirgū</i>	58
5.4.2. <i>Cena</i>	58

5.4.3.	<i>Kvalitāte</i>	58
5.4.4.	<i>Apkalpošana</i>	59
5.4.5.	<i>Atrašanās vieta</i>	59
5.4.6.	<i>SVID analīze</i>	59
5.6.	UZŅĒMUMA MĀRKETINGA STRATĒGIJAS RAKSTUROJUMS	61
6.	PROJEKTA FINANŠU PLĀNS	63
6.1.	PIEŅĒMUMI, UZ KURIEM BALSTĪTA FINANŠU PROGNOZE	63
6.2.	UZŅĒMUMA IEŅĒMUMU PLĀNS	64
6.5.	PEIŅNAS VAI ZAUDĒJUMU APRĒĶINS	68
6.10.	UZŅĒMUMA NAUDAS PLŪSMAS PĀRSKATS	75
6.12.	UZŅĒMUMA BILANCE (PAR 3 GADIEM)	76
6.15.	PROJEKTA ATMAKSĀŠANĀS LAIKI	79
6.16.	KREDĪTA DZĒŠANAS GRAFIKS	79
7.	RISKI UN TO SAMAZINĀŠANAS PASĀKUMI	82
7.1.	RISKU IDENTIFICĒŠANA	83
7.4.	RISKA MATRICAS (KARTES) VEIDOŠANA	89
	IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS	95
	PIELIKUMI	99

ANOTĀCIJA

Maģistra darba mērķis ir izstrādāt finansiāli izdevīgu projektu izveidojot jaunu uzņēmumu vai arī attīstot jau strādājoša uzņēmuma darbību. Darba autors ir izvēlējies projekta izstrādes ietvaros dibināt uzņēmumu SIA "HANG IT UP", kurš nodarbotos ar garderobes un mantu glabāšanas biznesu.

Projekta ideja ir izveidot produktu, kas palīdzētu attīstīt garderobju un mantu glabātuvju nozari. Ierastās garderobes pilda tikai un vienīgi vienu funkcija – saņemt no klientiem virsdrēbes un vēlāk tās atgriezt atpakaļ, bet no šīs vienkāršās funkcijas ir iespējams iegūt arī papildus pievienotu vērtību. Īstenojot projekta ideju, tiktu izveidota aplikācija, kura tiktu izmantota ierasto garderobes numuriņu vietā, kas tiek izsniegti nododot virsdrēbes.

Vispiemērotākā juridiskā forma uzņēmumam būtu sabiedrība ar ierobežotu atbildību, jo tas uzņēmuma dalībniekiem nodrošinātu ierobežotu atbildību, kā arī uzņēmumam nebūtu nepieciešams pārlietu liels pamatkapitāls, kā rezultātā būtu neefektīvi veidot akciju sabiedrību. Sākotnējais uzņēmuma pamatkapitāls ir plānots 2 800 EUR, kas nodrošinātu uzņēmuma kreditoru uzticību uzņēmumam un mazinātu kreditoru risku sadarboties ar uzņēmumu.

Uzņēmuma nosaukums tiktu veidots pēc tā, lai tas spētu uzrunāt produkta patērētājus un tiem būtu skaidrs ar ko nodarbojas uzņēmums. Nosaukums kādu darba autors ir izvēlējies projekta idejai ir "HANG IT UP".

Uzņēmumam tā sākuma stadijā nebūs atsevišķas biroja telpas, jo uzņēmums pakalpojumu sniegs klientu telpās vai īrētajā zemes gabalā un uzņēmuma administrācijā būs tā valdes loceklis, tad darba autors ir nolēmis, ka administratīvos darbus būs iespējams veikt no dibinātāja dzīvesvietas un nebūs nepieciešams tērēt uzņēmuma naudas līdzekļus īres maksai.

Uzņēmuma struktūras tiks veidota tā, lai uzņēmums maksimāli spētu ekonomēt naudas līdzekļus un uzņēmumam būtu pēc iespējas mazāk izdevumi. Uzņēmumā regulāri darbotos tikai viens darbinieks – valdes loceklis, kurš nodarbotos ar visiem administratīvajiem darbiem, datu analīzēm, mārketingu un arī ar klientu – gala patērētāju, apkalpošanu, kā arī uzņēmumā tiktu pieņemti papildus darbinieki atkarībā no tā, cik objektos vienlaicīgi uzņēmums darbotos. Viena objekta darbību nodrošinātu valdes loceklis, bet katra nākamā objekta darbības nodrošināšanai tiktu algots papildus darbinieks. Pārējo pakalpojumu saņemšanai, tādai kā programmatūras uzturēšana, tiktu izmantoti ārpalpojumi.

Lai projekts spētu uzsākt darbību, sākotnēji uzņēmumam būs nepieciešams piesaistīt ārējo finansējumu. Analizējot vairākas ārējā finansējuma piesaistes iespējas, darba autors secināja, ka uzņēmumam vispiemērotāk un visiespējamākais ārējais finansējums būtu no AFI ALTUM, izmantojot Starta aizdevuma programmu.

Nozares izpētei darba autors izmantoja datus par ēdināšanas pakalpojumu un bāru darbības nozari, kā arī datus par festivāliem Latvijā, jeb par uzņēmuma produkta noieta tirgiem, jo nav pieejami nozares dati par garderobes darbību. Nozares attīstības tendences tika analizētas par periodu no 2011.gada līdz 2015.gadam. Darba autors veica nozares apgrozījuma analīzi un secināja, ka nozarē no 2011.gada līdz 2013.gadam tika novērojama mērena izaugsme, savukārt, 2014.gadā nozares kopējais apgrozījums kritās, bet 2015.gadā apgrozījums atkal sāka augt un pieaugums bija par 8%. Papildus nozares attīstības analīzei, darba autors veica Latvijas IKP datu salīdzināšanu ar nozares rādītāju datiem, jo saprotot savstarpējo datu korelācijas, bija iespējams prognozēt nozares attīstības perspektīvas, jo ir pieejami dažādi ekspertu viedokļi par Latvijas IKP nākamajiem gadiem, pēc kā arī būtu iespējams vadīties prognozējot bāru darbības attīstību. Darba autors arī veica vispārēju Latvijas IKP analīzi, lai iegūtu datus par ekonomikas attīstību Latvijā un darbinieku vidējās algas analīzi, lai apkopojot visus datus būtu iespējams secināt par patērētāju maksātspēju turpmākajos gados, jo projekta produkts nebūs pirmās nepieciešamības prece, tā drīzāk būs luksusa prece un tā lielā mērā būs atkarīga no patērētāju maksātspējas. Analizējot iegūtos datus, darba autors secināja, ka turpmākajiem trim gadiem Latvijā tiek prognozēts gan IKP pieaugums, gan vidējās darba algas pieaugums, kas liecinātu par patērētāju maksātspējas pieaugumu un iespējamību iegādāties pakalpojumu.

Apkopojot informāciju par nozares tiesisko regulējumu, darba autors secināja, ka uzņēmuma darbības nodrošināšanai nebūtu jāsaskaras ar likumiem, kas tiek piemēroti tikai daļai no visiem uzņēmumiem, lielākoties uzņēmumam būtu nepieciešams ievērot tos pašus noteikumus un likumus, kas ir jāievēro visiem komersantiem. Nestandarta likums, ko uzņēmumam būtu nepieciešams ievērot, ir Fizisko personas datu aizsardzības likums, jo uzņēmums strādātu ar personas datiem un to bildēm.

Projekta produkts lielākoties darbotos sezonāli, ziemas mēnešos un vasaras mēnešos. Projekta produktam būtu šāda sezonālitate, jo ziemas periodos tas piedāvātu savu produktu nakts klubiem un bāriem, nodrošinot to garderobes darbību, savukārt vasaras periodā tas piedāvātu mantu glabātuves iespējas dažādu festivālu apmeklētājiem. Produkts nodrošinātu lielāku pakalpojuma kvalitāti un drošību kā līdz šim, jo netiktu izsniegti numuriņi, kuri var tikt pazaudēti, kāds var tos nozagt, kā rezultātā klientam pastāv iespēja neatgūt savas mantas. Turpretim, produkta izmantošanai klientam vajadzētu tikai izveidot savu profilu produkta aplikācijā un katru reizi ievadīt savu tālruņa numuru un konsultants pēc bildes atpazītu klientu un nerastos situācija kad klientam nav iespējams atgūt savas mantas vai arī šīs mantas tiktu izsniegtas citai personai.

Produkta cena tiks veidota tāda, lai pakalpojumu saņēmējiem tā liktos pieņemama, bet tai pat laikā, pietiekami augsta, lai uzņēmums gūtu arī ieņēmumus. Analizējot pašreizējās tirgus

cenās, darba autors ir nolēmis produkta pakalpojumam piemērot cenu, kas būtu par 1 EUR lielāka, nekā vidēji tirgū. Respektīvi, pakalpojuma cena par produkta izmantošanu būtu 2 EUR (ieskaitot PVN) nakts klubos un bāros un 3 EUR (ieskaitot PVN) festivālos.

Ar jaunu klientu piesaisti un produkta izplatīšanu nodarbotos pats darba autors, kurš arī būtu uzņēmuma dibinātājs. Sākotnēji, lai iedzīvotājus iepazīstinātu ar produktu, uzņēmums piedalītos festivālos, kuros iekļūšana, lai piedāvātu savu produktu, ir salīdzinoši vienkāršāka un ātrāka, tāpēc darba autors izmantotu šo iespēju, lai testētu produktu. Pēc piedalīšanās festivālos pirmajā sezonā, darba autors zinātu vai produktu ir nepieciešams uzlabot. Pēc produkta iepazīšanas, to arī būtu vieglāk piedāvāt naktsklubiem un bāriem, jo varētu stādīt priekšā precīzus datus par apmeklētāju skaitu, kas izmantoja produktu un iegūto datu analīzes, lai potenciālie klienti saprastu ko tieši ir iespējams iegūt no produkta izmantošanas.

Ar patērētāju apkalpošanu, lielākoties, nodarbotos pats darba autors, un papildus darba spēks tiktu piesaistīts tikai tad, kad produktam vienlaicīgi būtu nepieciešams atrasties vairākās vietās. Lai apkalpošana tiktu nodrošināta maksimāli kvalitatīva, tad visi darbinieki sākotnēji tiktu instruēti par to, kā apkalpot klientu, lai tas iegūtu maksimāli labu pieredzi izmantojot produktu un vēlētos atgriezties tādā vietā kur ir pieejams projekta produkts, nevis garderobes numuriņi.

Visas nepieciešamās izejvielas, kas būs nepieciešamas uzņēmuma darbības nodrošināšanai, tiks iegādātas no Latvijas uzņēmumu interneta mājaslapām, tādā veidā nodrošinot uzņēmumam efektīvāku laika plānošanu, jo nebūtu jābrauc uz veikalu, jāstaigā apkārt un jāmeklē viss nepieciešamais, tā vietā tas viss tiktu pasūtīts caur interneta veikalu ar piegādi uz nepieciešamo vietu. Darba autors ir apkopojis visus nepieciešamos materiālus, kas būtu nepieciešami, lai uzņēmums varētu uzsākt darbību un kopējā pasūtījumu summa sastādītu 19 862,36 EUR (ieskaitot PVN), tajā iekļaujot arī iegādātos ilgtermiņa ieguldījumus. Uzsākot darbību uzņēmumam būtu nepieciešams izstrādāt aplikāciju, iegādāties planšetdatorus, plauktus, statīvus, banerus, stendu u.c. mazvērtīgo inventāru.

Projekta produkta gala patērētāji būtu gados jauni cilvēki, kurus būtu iespējams iedalīt vecuma grupā no 20 – 35 gadiem. Šādu vecuma grupu darba autors uzskata par piemērotāko kā gala produkta patērētāju, jo viņiem nebūtu problēmu ātri apgūt visas aplikācijas nianses un ļoti ātri spētu pielāgoties un efektīvi izmantot aplikāciju. Šāda vecuma grupa arī ir tā, kas visvairāk apmeklē visādas izklaides vietas, piemēram, nakts klubus, bārus un festivālus, kā rezultātā potenciālais klientu skaits arī sastāvētu no uzņēmuma produktam vispiemērotākās vecuma grupas.

Diemžēl, nodrošinot produkta pieejamību vairākās vietās vienlaicīgi, uzņēmums pats priekš sevis neiegūs patstāvīgu klientu loku, jo klienti izmantos produktu tikai tāpēc, ka tie

apmeklēs uzņēmuma sadarbības partnera iestādi. Savukārt, uzņēmums nodrošinās sadarbības partneriem iespējamību iegūt viņu patstāvīgo klientu informāciju uz kuras balstoties sadarbības partneri varēs plānot savas turpmākās darbības.

Nakts klubu un bāru darbības nozarē, uzņēmuma lielākie konkurenti būs uzņēmuma sadarbības partneri, jo pašreiz paši nakts klubi un bāri nodrošina garderobes darbību savās telpās, bet izdodoties pārliecināt šos sadarbības partnerus par produkta pozitīvajām īpašībām un piesaistot arvien jaunus klientus, uzņēmums būtu pirmais uzņēmums, kurš nodrošina garderobes darbību vienlaikus vairākos nakts klubos un bāros.

Mantu glabāšanā festivāla laikā uzņēmumam būtu viens konkurents, kurš darbojas no 2014.gada, bet analizējot šī uzņēmuma finanšu datus, darba autors secināja, ka šim uzņēmumam ar katru gadu sokas arvien sliktāk, uzņēmums strādā ar zaudējumiem, tā pašu kapitāls ir negatīvs, un likviditātes koeficients ir zem 1, kā arī 2016. taksācijas gadā uzņēmums veica tikai 360 EUR lielas iemaksas valsts budžetā, kas ir būtiski mazāk par 2015.gadā veiktajām iemaksām, kad tās bija 1 790 EUR. Šis uzņēmuma konkurents festivāla laikā izvieto skapīšus ar koda atslēgu, kur patērētājam ievietojot mantas ir nepieciešams ievadīt 4 ciparu kodu, bet darba autors uzskata, ka šāda 4 ciparu kodu izmantošana ir nedroša un viegli uzlaužama un laupītājiem ir iespējams viegli apzagt skapīšus.

Analizējot uzņēmuma konkurētspēju, darba autors secināja, ka iegūstot pirmos produkta patērētājus, tam būs laba iespēja izaugsmei un jaunu sadarbības partneru piesaistei, jo uzņēmuma produkta cena nebūs pārmērīgi augstāka par pašreiz tirgū esošo, bet tai pat laikā, uzņēmuma sniegtie pakalpojumi būs kvalitatīvāki par pašreiz tirgū esošajiem pakalpojumiem. Un uzņēmumam ir vairāk stiprās puses un iespējas, ne kā vājās puses un draudi, kā rezultātā uzņēmumam būtu vieglāk nostabilizēt uzņēmuma darbību un iegūt sadarbības partneru loku.

Uzņēmuma mārketingam uzņēmums izmantotu pašreiz vienu no populārākajiem un lētākajiem reklamēšanās veidiem, kas būtu lapas izveide facebook.com mājaslapā. Šajā lapā uzņēmums informētu tā sekotājus par jaunāko informāciju, kur ir pieejams uzņēmuma produkts, kā ar to apieties un tamlīdzīga informācija. Papildus lapas izveidei facebook.com mājaslapā, uzņēmums izvietos reklāmas standus un PVC banerus blakus vietām kur atradīsies uzņēmuma piedāvātais produkts, tādā veidā jau laicīgi sazinoties ar klientu un sniedzot tam visu nepieciešamo informāciju par produktu.

Finanšu plāna izveidei darba autors sākotnēji noteica pieņēmumus, uz kuriem tiks balstīta plānotā finanšu plūsma. Galvenokārt, plānojot finanšu plūsmu, darba autors balstās uz savu personīgo pieredzi un zināšanām, valsts likumdošanu un pieejamajiem datiem par situāciju valstī un galvenokārt uz pieejamajiem datiem par nakts klubu, bāru un festivālu darbību un to plānoto izaugsmi turpmākajos gados.

Plānojot uzņēmuma ieņēmumus, darba autors ienākumu struktūru sadalīja divās daļās, viena ieņēmumu daļa sastāv no ieņēmumiem no nakts klubu un bāru apkalpošanas un otra daļa sastāv no dalības festivālos. Plānojot iespējamus ieņēmumus, darba autors ir izvēlējies pielietot piesardzību un nosakot apmeklētāju skaitu, nepieņēma, ka pirmajos darbības gados visi vēlēsies izmantot uzņēmuma sniegto pakalpojumu. Neatkarīgi no tā, ka darba autors nosakot apkalpoto klientu skaitu ir pieņēmis ka pirmajos darbības gados uzņēmuma produktu izmantos aptuveni 3-4,5% no kopējā apmeklētāju apgrozījuma, ieņēmumi pirmajā taksācijas gadā būtu 12,5 kEUR, savukārt otrajā un trešajā taksācijas gadā uzņēmuma ieņēmumi būtu respektīvi 28 kEUR un 45 kEUR, kas galvenokārt ir skaidrojams ar to, ka uzņēmumam katru gadu izdotos piesaistīt papildus sadarbības klientus.

Apkopojot visu informāciju par uzņēmuma plānotajiem ieņēmumiem un izdevumiem, darba autors ir secinājis, ka pirmajos divos darbības gados uzņēmums strādās ar zaudējumiem, savukārt trešajā taksācijas gadā uzņēmums darbosies ar peļņu. Pirmajā taksācijas gadā tiek plānots, ka uzņēmumam būs zaudējumu 2 222 EUR apmērā, savukārt otrajā taksācijas periodā zaudējumi būs 1 863 EUR apmērā. Savukārt, trešajā taksācijas periodā uzņēmums strādās ar peļņu un tā būs 3 089 EUR, kā rezultātā uz ceturta taksācijas perioda sākumu nesegtie uzņēmuma zaudējumi vēl būs 996 EUR.

Naudas plūsma tika veidota pēc netiešās izmaksu metodes un apkopojot visu informāciju no uzņēmuma bilances un peļņas vai zaudējuma aprēķina, naudas atlikumi uz taksācijas periodu beigām būtu – 2017.gadā 6 174 EUR, 2018.gadā 7 149 EUR un 2019.gadā 14 819 EUR.

Uzņēmuma bilances aktīvs sastāv no trim pozīcijām – nemateriālajiem ieguldījumiem, kas būtu izveidotā aplikācija, pamatlīdzekļiem, kuros ietilpst planšētdatori, stends un plaukti un naudas. Savukārt bilances pasīvs sastāv no pamatkapitāla, iepriekšējo gadu zaudējumiem, pārskata gada peļņas vai zaudējumiem, ilgtermiņa un īstermiņa aizņēmumiem, parādiem darbuzņēmējiem, nodokļu parādiem un pārējiem kreditoriem. Kopējā bilances summa uz taksācijas periodu beigām būtu – 2017.gadā 20 290 EUR, 2018.gadā 18 035 EUR un 2019.gadā 22 659 EUR.

Plānotais projekta atmaksāšanās termiņš būtu 2 gadi un 1 mēnesis. Darba autors uzskata, ka tik īss atmaksāšanās termiņš ir ļoti pozitīvs rādītājs un tas nozīmētu, ka nepieciešamo naudas līdzekļu aizdevējam vajadzētu vērtēt uzņēmumu kā mazāk riskantu.

Nepieciešamā aizņemtā naudas summa, kas būtu nepieciešama, lai uzņēmums uzsāktu saimniecisko darbību, būtu 17 200 EUR, kas tiktu aizņemti ar atmaksas termiņu uz 5 gadiem un ar fiksēto procentu likmi 6% gadā un mainīgo procentu likmi, kas ir Valsts kases resursu cena – 0,5%.

Uzņēmumam galvenokārt pastāvētu 11 dažādi riski, kuriem uzņēmumam būs nepieciešams pievērst pastiprinātu uzmanību. No šiem 11 riskiem 3 riskiem ir minimāls risks, 3 riskiem ir zems risks, 2 riskiem ir vidējs risks, 2 riskiem ir augsts risks un tikai 1 riskam ir maksimāls risks. Iestājoties riskam, kas ir vidējs vai augstāks, uzņēmumam rastos finansiālas problēmas un tiktu apdraudēta uzņēmuma dzīvotspēja, jo lielākajā daļā šo risku tiek ietekmēts uzņēmuma apkalpoto klientu skaits, kas dod uzņēmumam ieņēmumus un zaudējot ieņēmuma avotu, uzņēmums nespētu norēķināties par savām saistībām.

Atslēgvārdi: **Aplikācija, uzņēmums, garderobes un mantu glabāšana, nakts klubi un bāri, festivāli, finanšu plūsma.**

ANOTATION

The aim of Master thesis is to develop financially beneficial project by establishing new enterprise or by developing already existing company's work. The author has chosen the establishment of Ltd "HANG IT UP", which will provide cote check and storage business.

The idea of project is to establish a product which will help to develop coat check and storage industry. Most common coat checks are used only for one reason – to receive and give out a coats, but it is possible to add value to this process. Realizing the idea of project, company will establish the application which will be used to replace coat check tickets.

Most appropriate legal form for company will be Limited company because will provide establishers with limited liabilities and company would not have necessary for too big equity, which results in that it would be inefficiency to establish join-stock company. At the start, the Author plans to create equity in amount of 2 800 EUR, which will make company more trustable to its creditors and will lower creditor's risk to cooperate with company.

Company's name will be made to be able to reach consumers and it would be clear for them that company's business is coat checking or similar. The Author has decided that name of company will be "HANG IT UP".

Starting the business company will not have office because company will provide its' service in client's place or in rented real estate and company will have only one administration employee – board member and the Authors has decided that all necessary administrative work will be possible to perform from the Authors' place and it will not be necessary to spend money on rent.

Organizational structure will be made to save as many money for company as possible and doesn't occurs unnecessary expense. In company regularly will work one employee – board member which will provide all administrative work, data analyze, marketing and he will serve to consumers, additionally company will recruit employees which will serve to consumers when company will provide service in more than one object. To receive other services, for example, software maintenance, company will hire outsourcing companies.

To realize the project and to start a business, company will have a need for external funding. After analyze of multiple external funding opportunities, the Author came to conclusion that most appropriate and most available external fund would be from AFI ALTUM, specifically – Starta aizdevuma program.

For industry's research the Author will use data about catering services and bar operation industry, as well, the Author will use data about festivals in Latvia, in other words, these industries are company's sales industries. Company will use its' sales industries research

because data for coat check or storage industry are not available. The Author analyzed industry's development tendencies in period from year 2011 until 2015. The Author made analyze of industry's net turnover and found out that there were growth from year 2011 until 2013, but in year 2014 industry's net turnover dropped down and again in year 2015 it started to grow and growth were 8% comparing with year 2014 data. Additionally for analyze, the Author prepared GDP of Latvia to compare these data with industry's data because knowing correlation between these two data it was possible to predict industry's growth for next years, because everyone have access to various expert forecasts for GDP of Latvia for next years based on which it would be possible to predict bar operation industry's growth. The Author made overall analyze of GDP of Latvia, to obtain data about economic growth in Latvia, and analyze of average salary in Latvia, so it would be possible to come to conclusion about consumer ability in next years, because project product will not be basic necessities but luxury service. Analyzing obtained data, the Author came to conclusion that for next 3 year GDP and average salary in Latvia will grow, which results in that consumers will be able to buy company's service.

Gathering the information about industry's legislation, the Author came to conclusion that, to provide company's work, company will not have specific laws, except, Personal Data Protection Law. Company will need to take in consideration Personal Data Protection Law because company will work with personal data, like pictures.

Product of the project mostly will work seasonally – in winter and in summer. Product would have seasonality because in winter it will provide night clubs and bars with product, providing coat checking, but in summer it will offer its' product in festivals to the visitors. Product would provide higher quality standard and security than till now, because company would work without coat checking tickets which can be lost or someone can stole them and in the result consumer cannot receive the belongings. While to use product, consumer should make a profile in application and every time he should enter his phone number and after employee recognizing person's picture would give back consumer's belongings.

Price for service will be made to pleasure consumer's needs and to make income for company. Analyzing situation in market prices, the Author has decided that price for product will be higher for 1 EUR from current average price. Respectively, price for service will be 2 EUR (incl. VAT) in night clubs and bars and 3 EUR (incl. VAT) in festivals.

New client attraction and product distribution would be the Author – board member responsibility. At the start, to introduce people with product, company would participate in festivals where entering to offer product is relatively easier and faster and that's why the Author would use this opportunity to test a product. After participating into festivals in first season, it

would be easier to attract night clubs and bars, because could introduce them with obtained and analyzed data about consumers, so potential clients understand what exactly are possible to receive from coat checking.

With consumer service, mostly, will be the Author responsibility and extra manpower will be attached only when product will be needed in more than one location. To keep high level and qualitative service, then all hired employees would receive instructions how to provide serve to consumers so they are pleased with received service and they would like to return to company not to old coat checking system with tickets.

All necessary fixed assets and raw materials which will be necessary to provide company's business, will be purchased from Latvia's company internet home pages, in that way providing effective time management because it will not be necessary to go to shop and look for raw materials. The Author has gathered all list of necessary fixed assets and raw materials, which will be necessary to start company's business and total purchase amount would be 19 862,36 EUR (incl. VAT), as well including fixed assets. Before start of business, company will be need for development of application, purchase of tablet, shelves, stand, and other raw materials.

Consumers of the project will be young adults, which are classified in an age group from 20 – 35 years. The Author considers that this age group are the most suitable as consumers because it wouldn't be difficult for them to operate with application. And this age group constitute the most of population which are attending a night clubs, bars and festivals.

Unfortunately, providing multiple locations with product, company will not gain loyal consumers, because consumers uses product only because they are heading a night club or bar. Meanwhile, company will provide clients with possibility to access data about they customers based on which they could plan next activities.

In night club and bar industry, company's biggest competitors will be company's clients, because at the moment they provide coat checking in their place, but when the Author will convince them about positive traits of the product and will attract more clients, then company will be first one who provides coat checking in multiple night clubs and bars.

Company have one competitor who provides storage in festivals, who are providing service since 2014, but analyzing this company's financial data, the Author came to conclusion that this company works with regular losses and it's equity is negative and liquidity is below 1. As well, in 2016 company made payments to State budget in amount of 360 EUR, which is significantly lower than in Y2015 when company made payments to State budget in amount of 1 790 EUR. This company's competitor provides festivals with lockers who can be locked with 4 digit code but the Author believes that 4 digit lock is unsafe and for robbers it is easily to rob.

Analyzing company's competitiveness, the Author came to conclusion that after achieving first clients and consumers, company will have great opportunities to grow and to attract new clients, because company's service price will not be significantly higher than at the moment. And company has more strengths and opportunities than weaknesses and threats which means that it will be easier for company to stabilize its' business and gain cooperation partners.

For marketing company would use one of most popular and cheapest advertising type, which would be to create company's page in facebook.com. In this page company could inform its' followers about newest information, where company has objects, how to use application and other information. Additionally to creation of page, company will purchase advertising stand and PVC banner which will be located next to places where company will be located so company can inform its' consumer about usage of product.

For preparation of financial plan, at the start the Author identified assumptions to whom will be based planned financial flow. Mostly, planning financial flow, the Author bases on his own experience and knowledges, laws and regulations and available information about situation in country and bar industry and planned growth in next years.

Planning company's income, the Author divided income structure in two groups, one income part consists from income from night clubs and bars and second part consists from participation in festivals. Planning possible income, the Author has decided to apply discretion and calculating quantity of consumers the Author admitted that not all of potential consumers will use the product. Despite that, the Author have decided that the product will use approximately 3-4,5% from total visitor turnover and income from this kind of quantity would be in first year 12,5 kEUR, but in second and third year would be respectively 28 kEUR and 45 kEUR, increase in income, mostly, can be explained with new clients and new locations where company will serve to clients.

Gathering together all information about company's planned income and expenses, the Author came to conclusion that in first two financial years company will work with losses, but in third financial year company will work with profit. In first financial year are planned that company's losses will be 2 222 EUR, in second financial year losses will be 1 863 EUR. But in third financial year company will work with profit and it will be 3 089 EUR, and in result at the start of fourth financial year retained losses will be 996 EUR.

Cash flow were made using indirect cost method and gathering together all information from balance sheet and profit or loss calculation, then at the end of all financial years company will have money – at the end of 2017 – 20 290 EUR, at the end of 2018 – 7 149 EUR and at the end of 2019 – 14 819 EUR.

Company's balance sheet's assets consists from three positions – intangible investments, which will be application, tangible assets, which consists from tablet, shelves and stand, and cash. But balance sheet's passive consists from equity, long term and short term loans, accounts payables, taxes payables and other creditors. Total balance amount as at end of each financial year would be – 2017 – 20 290 EUR, 2018 – 18 035 EUR and 2019 – 22 659 EUR.

Planned project repay time would be 2 years and one month. The Author believes that so short repay time is very positive and that means that lender will value company in lower risk group.

Necessary money which company needs to borrow, to start the business, is 17 200 EUR, which will be borrowed with repayment time 5 years, fixed percent rate 6% and variable rate which is Valsts kases resource price – 0,5%.

Company, mostly, will have 11 different risks, to whom company will have to pay additional attention. From these 11 risks, 3 risks are with minimal risk, 3 risks are with low risk, 2 risks are with medium risk, 2 risks are with high risk and only 1 risk are with maximum risk. Occurrence of risk which are medium or higher, company could have financial difficulties and company would be in danger and could go to bankrupt, because most of these risks will influence quantity of served consumers which gives income to company and losing income source, company couldn't pay its' liabilities.

Key words: **Application, company, coat checking and storage, night club and bar, festivals, financial flow.**

APZĪMĒJUMU SARAKSTS

- Aplikācija – lietotne, lietojumprogramma;
- QR kods – divdimensiju svītrkods;
- Uzņēmums – SIA “HANG IT UP”;
- SIA – Sabiedrība ar ierobežotu atbildību;
- IK – individuālais komersants;
- AS – akciju sabiedrība;
- VID – Valsts ieņēmumu dienests;
- IIN – iedzīvotāju ienākuma nodoklis;
- VSAOI – valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas;
- UIN – uzņēmumu ienākuma nodoklis;
- MUN – mikrouzņēmuma nodoklis;
- Staru-up – jaunuzņēmums;
- MVU – sīki, mazi un vidēji uzņēmumi;
- Mākoņu datubāze – datubāze, kurai ir iespējams piekļūt caur internetu;
- IT – informācijas tehnoloģijas;
- Infografika – ilustratīvs informācijas vai datu attēlojums;
- PZA – Peļņas vai zaudējumu aprēķins

1. PROJEKTA IDEJA, AKTUALITĀTE

Projekta ideja ir izveidot produktu, kas palīdzētu attīstīt garderobju un mantu glabātuvju nozari. Ierastās garderobes pilda tikai un vienīgi vienu funkcija – saņemt no klientiem virsdrēbes un vēlāk tās atgriezt atpakaļ, bet no šīs vienkāršās funkcijas ir iespējams iegūt arī papildus pievienotu vērtību. Īstenojot projekta ideju, tiktu izveidota aplikācija, kura tiktu izmantota ierasto garderobes numuriņu vietā, kas tiek izsniegti nododot virsdrēbes. Garderobes numuriņi tiktu aizvietoti ar stendu, uz kura būtu uzstādīts planšētdators ar aplikāciju, uz kuras bāzes tiktu reģistrēti klienti un viņu atstātās mantas.

Lai produkts pilnvērtīgi spētu darboties, tad uzņēmuma stendu vietās būtu nepieciešams sekojošais – konsultants, kurš palīdzētu apieties ar aplikāciju un kurš saņemtu un izsniegtu mantas, un kiosks, kas atkal sastāvētu no planšētdatora, kurā ir uzstādīta aplikācija un QR koda nolasītāja, kurš ir savienots ar aplikāciju. No klienta puses, aplikācijas lietošanas process nododot mantas būtu sekojoša:

1. Reģistrēšanās (vienreizējs process izmantojot produktu pirmo reizi);
2. Ielogošanās – izmantojot produktu atkārtoti;
3. Mantu nodošana konsultantam;
4. Maksājuma veikšana;
5. Izlogošanās.

Savukārt, vēloties saņemt atpakaļ nodotās mantas, kuras ir nodevis, process būtu sekojošs:

1. Ielogošanās;
2. Mantu izvēlē – ja ir nodotas vairākas vienības;
3. Mantu saņemšana;
4. Izlogošanās.

Klientiem reģistrējoties būtu jāveic tikai dažas darbības, kurām kopumā nevajadzētu aizņemt ilgāku laiku par 1 minūti. Klientiem aplikācijā būtu jāizvēlas iespēja - reģistrēšanās, pēc kā aplikācijā atvērtos logs, kur klientam jāievada savas vārds, uzvārds, tālruna numurs, kā arī jāapstiprina, ka ir iepazinies un piekrīt konfidencialitātes politikai un lietošanas noteikumiem, pēc kā aplikācijā atvērtos logs, kur būtu nepieciešams uzņemt klienta profila bildi. Gadījumā, ja klients patiesi vēlētos izlasīt visus lietošanas noteikumus, tad tam tiktu izsniegts lietošanas noteikumu eksemplārs papīra formātā, ar ko būtu iespējams iepazīties netraucējot cilvēku plūsmai. Balsoties uz 2016.gada 24.augustā veikto pētījumu, aptuveni 74% no lietotājiem pilnībā izlaiž šos noteikumus, ja ir dota tāda iespēja, bet atlikušie, kuri atver

noteikumus, to lasīšanai vidēji pavada 73 sekundes priekš konfidencialitātes noteikumiem un 51 sekundi priekš lietošanas noteikumiem.¹

Pēc pirmās reģistrēšanās reizes, turpmāk klientam būtu tikai jāveic ielogošanās aplikācijā izvēloties opciju – nodot mantas. Lai ielogotos aplikācijā, klientam būtu jāievada savs tālruņa numurs, pēc kā ekrānā parādītos viņa profila bilde, uz kā uzspiežot klients apstiprina, ka klients ir tā pati persona, kas ir redzama attēlā. Pēc tam, kad būtu noritējusi veiksmīga ielogošanās aplikācijā, tiktu atvērta lietotāja profils, kurā parādītos bilde ar klienta nodoto mantu konsultantam. Apstiprinot, ka patiešām šo mantu vēlas atstāt glabāšanā, klientam atliktu veikt maksājumu un uzspiest pogu – izlogoties.

Kamēr klients veiktu ielogošanos aplikācijā, viņam būtu nepieciešams nodot savas mantas konsultantam, kurš tām piešķirtu pakaramo vai aproci, uz kā atrastos unikāls numurs un QR kods. Konsultantam būtu nepieciešams noskenēt attiecīgo QR kodu un jāuzņem bilde ar nodoto mantu. Tālāk sistēma aplikācijā parādītu nodotās mantas attēlu un piešķirto numuru, lai klients būtu pārliecināts, ka viņa mantas patiešām tiek noskenētas un pievienotas viņa profilam. Papildus noskenējot QR kodu, tas automātiski nosūtītu īsziņu uz klienta uzrādīto tālruņa numuru, lai, gadījumā ja sistēmai kaut kas notiek, klientam vēl joprojām nebūtu problēmas saņemt atpakaļ savas atstātās mantas.

Vēloties saņemt savas mantas atpakaļ, klientam aplikācijā būtu nepieciešams izvēlēties opciju – saņemt mantas. Izvēloties šo opciju, parādītos logs, kur būtu nepieciešams ievadīt pēdējos četrus ciparus no sava mobilā tālruņa numura, pēc kā automātiski parādītos logs ar personām, kuras ir reģistrējušās ar tālruņa numuru kuru tālruņa numuri beidzas ar ievadītajiem cipariem. Klientam būtu jāuzspiež uz savas profila bildes, pēc kā parādītos logs ar visām viņa atstātajām mantām, kurām tika piešķirts unikālais numurs. Pēc kā klientam nāktos uzspiest uz mantām, ko tas vēlas saņemt atpakaļ. Pirms konsultants izsniegtu klienta norādītās mantas, tas pārliecinātos, ka persona, kas vēlas saņemt mantas patiešām atbilst profila bildē esošajai personai un ja viss būtu kārtībā, tad vadoties pēc unikālā numura un mantas bildes, konsultants viegli spētu atrast klienta mantas.

Pēc darba autora domām, šāda veida garderobju un mantu glabātuvju attīstība veicinātu uzņēmumu darbību, kuros būtu pieejams projekta produkts, kā arī vienlaikus nodrošinot papildus drošību produkta izmantotājiem.

¹ **Jonahtan A. Obar and Anne Oeldorf-Hirsch** *The biggest lie on the internet: Ignoring the privacy policy and terms of service policies of social networking services*. York University, Quelle Center, Michigan state University and University of Connecticut, 2016. 2 p., pieejams: https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_comments/2016/10/00067-129185.pdf (skatīts 26.03.2017)

Produkta izmantotājiem šāda veida produkts nāktu par labu, jo nebūtu jāuztraucas, ka varētu tikt pazaudēts garderobē izsniegtais numurs, par kuru pēcāk nāksies samaksāt soda naudu par numura nozaudēšanu, kā arī pasargās sevi no situācijas, kad klientam piederošās mantas tiks izsniegtas kādai citai personai. No šādām situācijām būs iespējams izvairīties, jo konsultantam vienmēr būs pienākums pārliecināties, ka tā persona, kas ir nodevusi mantas arī izņem savas mantas. Kā arī gadījumos, kad klients būs devies prom no vietas, kur ir atstājis savas mantas un šīs vietas darba laiks tuvosies beigām, tad uzņēmumam būs iespēja nosūtīt atgādinājuma īsziņu par klienta atstātajām mantām, to atrašanās vietu un par iespējām saņemt atstātās mantas.

Uzņēmumi, kuri izmantos projekta produktu, radīs papildus pievienoto vērtību tik vienkāršam pakalpojumam, kā garderobe. Izmantojot produktu, uzņēmumam būs iespēja iegūt papildus informāciju par saviem apmeklētājiem, sākot ar dzimumu sadalījumu, cilvēku plūsmu un patērētāju grupu, kā arī būs iespēja iegūt klientu tālruņa numurus.

Izvērtējot apmeklētāju dzimumu struktūru, aptuveno vecuma struktūru, ko būtu iespējams noteikt pēc apmeklētāju bildēm, un apmeklētāju plūsmu, uzņēmums spētu labāk izplānot kāda veida pasākumus un kuros diennakts laikos labāk ieplānot, tādā veidā maksimizēt sava uzņēmuma apmeklētību. Papildus uzņēmumam būtu vieglāk izsekot līdz tam cik ilgi katrs apmeklētājs pie viņiem uzturas, uz ko pamatojoties vadība spētu veikt preventīvas darbības situācijas uzlabošanai. Savukārt, iegūstot apmeklētāju tālruņa numurus, uzņēmumam būtu iespēja vieglāk sazināties ar saviem klientiem, atgādinot tiem par plānotajiem pasākumiem un īpašajām akcijām, kas ir plānotas tuvākajā laikā.

Sakarā ar to, ka darba autors, visticamāk, sākuma stadijā saskaries ar negatīvu attieksmi pret produktu un neticēšanu tā pozitīvajām iezīmēm, darba autors mērķis būs uzsākt darbību vasaras sezonā, kad norisinās visāda veida festivāli. Festivālu apmeklētāji, it īpaši tie kas nedzīvo festivāla norises vietas tuvumā, nereti saskaras ar problēmu kur atstāt savas mantas, lai paši justos droši, ka mantas vēlāk būs tur kur tās atstāja, un paši varētu bez raizēm pilnībā nodoties festivālam. Darba autora projekts būtu ļoti piemērots festivālam, jo klientam nav nepieciešams uzglabāt numuru, kas attiecīgi izslēdz klienta risku pazaudēt numuru un par to maksāt papildus soda naudu. Izvietojot savus standus festivālos, kas norisinās vasaras periodā, darba autors uzskata, ka būtu ieguvis pietiekamu atpazīstamību, lai tuvojoties gada aukstajiem mēnešiem, būtu iespējams noslēgt sadarbības līgumus ar vairākiem uzņēmumiem, kas darbojas naktsklubu nozarē.

Projekta ideja pašreiz ir pieejama tikai Amerikas Savienotajās Valstīs, kur to sākotnēji izveidoja Dereks Pakue, Indiānas Universitātes students. Ar savu ideju D.Pakue ir piedalījies TV raidījumā "Shark Tank", kurā uzņēmēji prezentē savas idejas ar mērķi saņemt investīcijas

savas idejas attīstībai. D.Pakue ar savu ideju saņēma viena investora piedāvājumu, kuru D.Pakue nolēma noraidīt, jo maksa par šī darījuma noslēgšanu būtu maksājusi pārlietu lielu daļu skaitu no jaunizveidotā uzņēmuma. D.Pakue izveidotais uzņēmums darbojas kopš 2010.gada darbības un jau 2015.gadā spēja piesaistīt papildus 1,2 miljonus USD dolārus par 10% no uzņēmuma. Ar piesaistītajiem līdzekļiem uzņēmums plāno attīstīt savu darbību, nodrošinot ne tikai mantu uzglabāšanu, bet arī nomu. Nomas darbības attīstība ir paredzēta priekš uzņēmumiem, kuri saviem apmeklētājiem iznomā dažādas lietas, par ko tiek pieprasīts, lai persona atstāj personu apliecinošu dokumentu pie iznomātāja. D.Pakue izveidotais uzņēmums veiksmīgi sadarbojas ar tādiem uzņēmumiem, kā JetBlue aviokompāniju, Marriott visnīvām, ESPN, Madison Square Garden un daudziem citiem.

2. UZŅĒMUMS

Lai uzņēmējs varētu uzsākt uzņēmējdarbību, tas sākotnēji saskaras ar vairākām būtiskām niansēm, ar kurām tam ir nepieciešams tikt skaidrībā, pirms turpina darbu pie idejas realizācijas. Uzņēmējam ir jāpatur prātā, ka viņa pirmās izvēles var būt pat vienas no svarīgākajām, ko viņam vispār nāksies pieņemt, jo tādas lietas, kā juridiskā forma noteiks kā uzņēmums darbosies, nosaukums noteiks vai tas kļūs atpazīstams, vai tam maz ir potenciāls atpazīstamībai, atrašanās vieta noteiks vai tas būs viegli pieejams klientiem, pamatkapitāls un īpašnieki noteiks uzņēmuma pievilcību piegādātājiem un līdzekļu avotu pieejamību, u.c.

2.1. Uzņēmuma juridiskā forma, nosaukums, atrašanās vieta

Kā jau darba autors iepriekš minēja, tad juridiskā forma, nosaukums un atrašanās vieta ir viena no svarīgākajām lietām uzsākot uzņēmējdarbību. Lai darba autors saprastu kādu juridisko formu un nosaukumu izvēlēties, kā arī lai saprastu piemērotāko juridisko adresi, darba autors apkopos informāciju par visiem iespējamajiem variantiem, lai gala rezultāts būtu vislabāk piemērotais darba autora projektam.

2.1.1. Juridiskā forma

Veidojot jaunu uzņēmumu, viena no pirmajām lietām, ar ko uzņēmējs saskaras, ir uzņēmuma juridiskās formas izvēle. Izvēloties uzņēmuma juridisko formu, ir jāņem vērā vairāki ietekmējošie faktori, sākot ar plānoto uzņēmējdarbības virzienu, ieguldīto pamatkapitālu, dalībnieku skaitu u.c. Pirms lēmuma pieņemšanas par juridiskās formas izvēli, katram uzņēmējam ir nepieciešams iepazīties ar Komerclikumu, kur ir iespējams noskaidrot visus kritērijus, kas attiecas uz katru juridisko formu.

Uzņēmējam izvēloties sev piemērotāko juridisko formu, galvenokārt būtu jāņem vērā tas, cik lielu pamatkapitālu viņš plāno ieguldīt uzņēmumā, cik daudz darbiniekus un ar kādām darba algām nodarbinās, kā arī kāds ir plānotais uzņēmuma apgrozījums un peļņa. Izplatītākas juridiskās formas, kuras izvēlas uzņēmēji ir saimnieciskās darbības veicējs, IK, SIA un AS.

Par fiziskās personas saimniecisko darbību uzskata jebkuru darbību, kas vērsta uz preču ražošanu, darbu izpildi, tirdzniecību un pakalpojumu sniegšanu par atlīdzību. Fiziskās personas darbību uzskata par saimniecisko darbību, ja tā atbilst vienam no šādiem kritērijiem:

- darījumu regularitāte un sistemātiskums – trīs un vairāk darījumi gadā vai pieci un vairāk darījumi trijos gados;

- ieņēmumi no darījuma pārsniedz 14 229 un vairāk euro gadā, izņemot ienākumus no personiskā īpašuma atsavināšanas (personiskai lietošanai paredzēto kustamo lietu – mēbeļu, apģērba un citu lietu);
- darbības ekonomiskā būtība vai personas īpašumā esošo lietu apjoms norāda uz sistemātisku darbību ar mērķi gūt atlīdzību.¹

Lai uzņēmējs reģistrētos kā saimnieciskās darbības veicējs, tam ir jāiesniedz iesniegums VID par saimnieciskās darbības veikšanu. Reģistrējoties kā saimnieciskās darbības veicējam, uzņēmējam nav nepieciešams veikt nodevas maksājumus. Reģistrējoties kā saimnieciskās darbības veicējs, uzņēmējs atbild ar visu savu mantu par saistībām, kas ir izveidojušās saimnieciskās darbības rezultātā.

Individuālais komersants ir fiziskā persona, kura kā komersants ierakstīta komercreģistrā. Fiziskajai personai, kas veic saimniecisko darbību, ir pienākums pieteikt sevi ierakstīšanai komercreģistrā kā individuālo komersantu, ja gada apgrozījums no veiktās saimnieciskās darbības pārsniedz 284 600 euro vai tās veiktā saimnieciskā darbība atbilst komercaģenta darbībai (šā likuma 45.pants) vai māklera darbībai (šā likuma 64.panta pirmā daļa), vai arī tās veiktā saimnieciskā darbība atbilst šādām pazīmēm:

- gada apgrozījums no šīs darbības pārsniedz 28 500 euro;
- tā savas saimnieciskās darbības veikšanai vienlaikus nodarbina vairāk nekā piecus darbiniekus.²

Pamats individuālā komersanta ierakstīšanai komercreģistrā ir fiziskās personas pieteikums komercreģistra iestādei. Pieteikumā norāda:

- individuālā komersanta vārdu, uzvārdu, personas kodu (ja personai nav personas koda, — dzimšanas datumu, personu apliecinoša dokumenta numuru un izdošanas datumu, valsti un institūciju, kas dokumentu izdevusi);
- individuālā komersanta firmu;
- individuālā komersanta juridisko adresi;

Pieteikumam pievieno nekustamā īpašuma (ēkas vai dzīvokļa īpašuma) īpašnieka izsniegtu piekrišanu individuālā komersanta juridiskās adreses reģistrācijai attiecīgajā ēkā vai dzīvokļa īpašumā. Piekrišanā norāda nekustamā īpašuma kadastra numuru, īpašnieka vārdu, uzvārdu un

¹ *Saimnieciskās darbības veicēji*. Pieejams: <https://www.vid.gov.lv/lv/saimnieciskas-darbibas-veiceji> (skatīts 26.02.2017)

² LR likums *Komerclikums*. LR AP un Valdības Ziņotājs, Nr. 11, 01.06.2000. (ar turpmākiem grozījumiem)

personas kodu vai nosaukumu (firmu) un reģistrācijas numuru. Ja pieteikumu paraksta persona, kurai pieder juridiskajā adresē norādītais nekustamais īpašums, piekrišana nav jāiesniedz.¹

Reģistrējoties kā IK, uzņēmējam ir jāveic valsts nodevas maksājums 30 euro un maksājums par publikāciju "Latvijas Vēstnesis" 18,50 euro². Izvēloties juridisko formu – IK, uzņēmējs par visām saistībām, kas būs izveidojušās veicot saimniecisko darbību, atbildēs ar visu savu mantu.

SIA un AS komerclikuma izpratnē ir kapitālsabiedrības, kuras pamatkapitāls sastāv no pamatkapitāla daļu vai akciju nominālvērtību kopsummas. Sabiedrība ar ierobežotu atbildību ir slēgta sabiedrība, kuras daļas nav publiskās apgrozības objekts, savukārt akciju sabiedrība ir atklāta sabiedrība, kuras daļas (akcijas) var būt publiskās apgrozības objekts.³

SIA minimālais pamatkapitāls ir 2800 euro, bet jāņem vērā arī tas, ka ir iespējams reģistrēt mazkapitāla SIA, kura pamatkapitāls sākas no 1 euro. Galvenā atšķirība, kas veidojas reģistrējot mazkapitāla SIA ir tas, ka dibinātāji var būt tikai fiziskās personas, sabiedrības valdē var būt tikai sabiedrības dibinātāji un neviens no dibinātājiem vienlaikus nedrīkst būt divās vai vairākās mazkapitālu SIA kā dalībnieks. Kā arī dibinot mazkapitāla SIA atšķiras maksājamās valsts nodevas un maksa par publikāciju "Latvijas Vēstnesis". Valsts nodeva un maksa par publikāciju "Latvijas Vēstnesis" SIA ar minimālo vai lielāku pamatkapitālu ir attiecīgi 150 euro un 27,03 euro, savukārt dibinot mazkapitāla SIA, maksa ir attiecīgi 20 euro un 14,23 euro.⁴ Reģistrējot mazkapitāla SIA ir jāņem vērā tas, ka no katra gada finanšu pārskata gada peļņas vismaz 25% ir jānovirza pamatkapitāla palielināšanai.⁵ Uzņēmuma vadība var izvēlēties, palielināt pamatkapitālu katru gadu, vai arī šos 25% no peļņas uzkrāt uzņēmuma rezervēs un tad, kad uzkrājums kopā ar pamatkapitālu būtu 2800, tad veikt pamatkapitāla palielināšanu, jo katra reize, kad tiek veikta pamatkapitāla palielināšana ir no jauna jāmaksā valsts nodeva un jāveic maksājums par publikāciju "Latvijas Vēstnesis".

Papildus iepriekš apskatītajām SIA formām, darba autors uzskata, ka būtu nepieciešams pieminēt arī MUN maksāšanas režīmu. MUN mērķis ir mazināt administratīvo un nodokļu slogu mikrouzņēmumiem, it īpaši saimnieciskās darbības uzsākšanas periodā, kā arī nozarēs ar zemu ienākuma līmeņa potenciālu, vienlaikus ievērojot sabiedrības kopējās intereses godīgas

¹ LR likums *Komerclikums*. LR AP un Valdības Ziņotājs, Nr. 11, 01.06.2000. (ar turpmākiem grozījumiem)

² *Individuālā komersanta reģistrēšana*. Pieejams: <http://www.ur.gov.lv/registri.html> (skatīts 26.02.2017)

³ LR likums *Komerclikums*. LR AP un Valdības Ziņotājs, Nr. 11, 01.06.2000. (ar turpmākiem grozījumiem)

⁴ *Sabiedrības ar ierobežotu atbildību un sabiedrības ar ierobežotu atbildību, kuras pamatkapitāls ir mazāks par 2800 euro reģistrēšana*. Pieejams: <http://www.ur.gov.lv/registri.html> (skatīts 26.02.2017)

⁵ LR likums *Komerclikums*. LR AP un Valdības Ziņotājs, Nr. 11, 01.06.2000. (ar turpmākiem grozījumiem)

konkurences un sociālās drošības jomā.¹ Bet beigās īpaši izveidotas nodokļu maksāšanas režīms rezultējās ar to, ka daudzi uzņēmēji to izmantoja negodprātīgos nolūkos un tādā veidā sāka optimizēt izmaksas, it īpaši tās, kas ir saistītas ar darba samaksu. Sakarā ar to, šis īpašai nodokļu maksāšanas režīms, pēc darba autora domām, ir ļoti nesakārtots un neprognozējams, jo bieži tiek izveidoti jauni likumprojekti, kā grozīt likumu, nodokļus un citus ierobežojumus, kā rezultātā reģistrējot SIA kā MUN maksātāju, nebūtu iespējams prognozēt vai pēc gada nodokļu likmes un ierobežojumi būs palikuši tādi paši un būs iespējams strādāt tālāk tādā veidā, kā tas ir iesākts. Ņemot vērā iepriekš minēto, darba autors neturpinās apskatīt MUN maksātāja kritērijus.

Reģistrējot SIA, UR ir nepieciešams iesniegt sekojošus dokumentus:

- Pieteikums KR4 veidlapa, kuru paraksta ar drošu elektronisko parakstu vai arī parakstu uz pieteikuma apliecina notariāli, vai komercreģistra iestādes amatpersona;
- Lēmums par dibināšanu vai dibināšanas līgums;
- Statūti 1 eksemplārs;
- Dokuments, kas apliecina pamatkapitāla apmaksu (var būt gan dibinātāju apliecinājums, gan bankas izziņa), ja atzīme par apliecinājumu nav veikta pieteikuma veidlapā 7.2.punktā;
- Dalībnieku reģistra nodalījums Nr.1, kuru paraksta ar drošu elektronisko parakstu vai arī parakstu uz dalībnieku reģistra nodalījuma apliecina notariāli, vai Uzņēmumu reģistra amatpersona;
- Padomes locekļu piekrišana, ja tāda ir paredzēta;
- Valdes locekļu piekrišana, kuru paraksta ar drošu elektronisko parakstu, vai arī parakstu uz piekrišanas apliecina notariāli vai komercreģistra iestādes amatpersona (ja nav parakstījis pieteikumā);
- Valdes paziņojums par juridisko adresi;
- Nekustamā īpašuma īpašnieka piekrišana komersanta juridiskās adreses reģistrācijai (ja pieteikumu paraksta persona, kurai pieder juridiskajā adresē norādītais nekustamais īpašums, piekrišana nav jāiesniedz).
- Kvīts vai tās kopija, vai internetbankas maksājuma izdrukā, vai informācija par valsts nodevas apmaksu;
- Kvīts vai tās kopija, vai internetbankas maksājuma izdrukā, vai informācija par publikāciju "Latvijas Vēstnesī".

¹ LR likums *Mikrouzņēmumu nodokļu likums*. Latvijas Vēstnesis Nr.131, 19.08.2010 (ar turpmākiem grozījumiem)

Darba autors ņemot vērā to, ka akciju sabiedrības pamatkapitāls nedrīkst būt mazāks par 35 000 euro un, ka statūtos noteiktais pamatkapitāls, dibinot sabiedrību, apmaksājams pilnībā ne vēlāk kā gada laikā no dibināšanas līguma parakstīšanas dienas,¹ tad darba autors sīkāk neapskatīs visus kritērijus, kas ietekmē AS.

2.1.tabula

Uzņēmumu juridisko formu salīdzinājums Latvijā 2017.gadā

Juridiskā forma	Reģistrēšanās maksa, euro	Darbinieku skaits	Atbildība	Pamatkapitāls	Nodokļi	Dibinātāju/īpašnieku skaits
Saimnieciskās darbības veicējs	0	Līdz 5	Neierobežota	0 euro	IIN 23% no peļņas; VSAOI 34,09% mēnesī, kad ienākumi pārsniedz 380 euro mēnesī	1
IK	48,50	Neierobežots	Neierobežota	0 euro	IIN 23% no peļņas; VSAOI 34,09% mēnesī, kad ienākumi pārsniedz 380 euro mēnesī	1
SIA	177,03	Neierobežots	Ierobežota	No 2800 euro	UIN – 15%; Darba algas nodokļi	Neierobežots
Mazkapitāla SIA	34,23	Neierobežots	Ierobežota	1 – 2800 euro	UIN – 15%; Darba algas nodokļi	Neierobežots
AS	377,03	Neierobežots	Ierobežota	No 35000 euro	UIN – 15%; Darba algas nodokļi	Neierobežots

¹ LR likums *Komerclikums*. LR AP un Valdības Ziņotājs, Nr. 11, 01.06.2000. (ar turpmākiem grozījumiem)

Izvērtējot darba autora apkopoto informāciju par dažāda veida juridiskajām formām, darba autors uzskata, ka uzņēmuma dibināšanai piemērotākā forma būtu SIA ar pamatkapitālu 2800 euro. Pie šāda secinājuma darba autors ir nonācis vairāku iemeslu dēļ.

Pirmām kārtām, darba autoram būs nepieciešams atrast finansējumu un, gadījumā, ja darba autoram izdotos piesaistīt investoru, tad šis investors vēlētos arī uzņēmuma daļas, kas nebūtu iespējams, ja tiktu dibināts IK vai arī, ja darba autors reģistrētos kā saimnieciskās darbības veicējs.

Otrām kārtām, tā kā ir plānots ieviest jaunu produktu tirgū, tad pastāv iespējamība, ka šis produkts nepatiks patērētājiem, nenesīs peļņu un nespēs norēķināties par saistībām, tāpēc piemērotāk būtu izvēlēties tādu juridisko formu, kur darba autoram būtu ierobežota atbildība.

Treškārt, lai vieglāk būtu piesaistīt papildus kapitālu, kas būs nepieciešams, lai izstrādātu programmatūru, uzņēmums par sevi sniegs labāku priekšstatu, ja tam būs vismaz minimālais pamatkapitāls, kā rezultātā atkrīt nepieciešamība izveidot mazkapitāla SIA.

Ceturtkārt, darba autors uzskata, ka labāk būtu izveidot SIA nevis AS, jo nepieciešamās investīcijas nebūs tik lielas, lai izveidotu sabiedrību ar pamatkapitālu 35000 euro.

2.1.2. Nosaukums

Neatkarīgi no tā, kāda ir uzņēmuma juridiskā forma, kurai ir dažādi regulējošie faktori, no kuriem ir jāizvēlas piemērotākais savai saimnieciskajai darbībai, tad uzņēmuma nosaukuma izveidei gandrīz nemaz nav ierobežojumi. Vienīgie ierobežojumi, kas ir saistīti ar uzņēmuma nosaukuma izveidi, ir atrunāti Komerclikuma 29.pantā, kurš nosaka:

1. Firmā nedrīkst ietvert maldinošas ziņas par komerciesiskajā apgrozībā svarīgiem apstākļiem, it īpaši par komersanta vai komercdarbības veidu vai arī par komercdarbības apjomu.
2. Firma nedrīkst būt pretrunā ar labiem tikumiem.
3. Firmā nedrīkst ietvert vārdus "Latvijas Republika" un to tulkojumu svešvalodā.
4. Ja firmā ietverts administratīvās teritorijas vai apdzīvotās vietas nosaukums, firma nedrīkst sakrist ar attiecīgās administratīvās teritorijas vai apdzīvotās vietas nosaukumu, izņemot viensētu nosaukumus.
5. Firmā nedrīkst ietvert valsts vai pašvaldību institūciju (iestāžu) nosaukumus, kā arī vārdu "valsts" vai "pašvaldība".
6. Preču zīmju vai to daļu izmantošanu firmā regulē preču zīmes regulējošie normatīvie akti.

7. Firmas rakstībā lietojami vienīgi latviešu vai latīņu alfabēta burti.¹

Apzinoties to, no kā nedrīkst sastāvēt nosaukums, nav viss zināšanai nepieciešamais, lai izveidotu nosaukumu. Nosaukumam vajadzētu būt vairākām īpašībām, lai tas kļūtu labs un tā izmantošana būtu veiksmīga. Uzņēmuma nosaukumam vajadzētu būt oriģinālam un nevajadzētu izvēlētos nosaukumu līdzīgu kāds ir citām firmām, jo īpaši konkurentiem, jo tas var mulsināt patērētāju, kā arī ja patērētājs meklēs uzņēmumu, viņš var uziet uzņēmuma konkurentu un sadarboties ar šo uzņēmumu. Lai izvairītos no šāda veida situācijām, uzņēmuma nosaukumam vajadzētu būt oriģinālam, bet tai pat laikā vienkāršam.

Vienkārši nosaukumi cilvēku prātos saglabājas vieglāk un ir lielāka iespēja, ka patērētājs pēc nosaukuma redzēšanas vai dzirdēšanas to atcerēsies. Ja uzņēmuma nosaukums būs sarežģīts, grūti izrunājams un garš, tad uzņēmuma klienti to nespēs atcerēties, ātri aizmirsīs un nepieciešamības gadījumā vairs nevarēs atrast. Lai gan uzņēmuma nosaukumam vajadzētu būt vienkāršam, tam nekādā gadījumā nevajadzētu būt mulsinošam.

Izvēloties vienkāršu nosaukumu, uzņēmuma dibinātājam vajadzētu iet vienu no diviem ceļiem, vai nu uzņēmuma nosaukums neko nenozīmē vai arī tas parāda uzņēmuma nodarbošanās veidu, vīziju vai mērķus. Uzņēmuma nosaukumam nevajadzētu būt tādām, kurš var samulsināt patērētāju, jo izlasot uzņēmuma nosaukumu patērētājs var sākt apšaubīt vai patiešām viņš ir nonācis pareizajā vietā un vai patiešām viņa atrastais uzņēmums sniedz konkrēto pakalpojumu vai pārdod preci. Liekot patērētājam šaubīties, tas var izvēlēties konkurentu uzņēmumu, jo tad viņš būtu patiesi pārliecināts, ka šis uzņēmums patiešām sniedz nepieciešamo pakalpojumu vai pārdod preci.

Ņemot vērā arī mūsdienu apstākļus un attīstīto interneta vidi, tad veidojot uzņēmuma nosaukumu būtu jācenšas arī izvēlēties tādu uzņēmuma nosaukumu, kuram ir pieejams domēna vārds, jo bieži daudzi patērētāji, pirms produkta izmantošanas, vēlas iepazīties ar uzņēmumu sīkāk un vislabākais veids kā to izdarīt ir uzņēmuma mājas lapā.

Izvērtējot iepriekš aprakstītos apstākļus par to, ko nedrīkst iekļaut uzņēmuma nosaukumā un kam vajadzētu būt iekļautam uzņēmuma nosaukumā, darba autors ir nonācis pie secinājumu un savam uzņēmumam izvēlēties nosaukumu "HANG IT UP". Šāds uzņēmuma nosaukums ir oriģināls, jo pēc UR datiem nevienam nav reģistrēts šāds nosaukums, kā arī nevienam nav reģistrēti nosaukums kurš satur vārdu "HANG" vai arī vārdu salikumu "IT UP", kas liecina par to, ka ja patērētājs atcerētos tikai daļu no uzņēmuma nosaukuma, tam tik un tā būtu viegli atrast šo uzņēmumu. Uzņēmuma nosaukumu ir viegli atcerēties, jo tas sastāv no trim ļoti īsiem, viegliem un lielākajai daļai zināmiem vārdiem, kā arī tas atspoguļo uzņēmuma

¹ LR likumi *Komerclikums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 158/160, 04.05.200 (ar turpmākiem grozījumiem)

darbību, kas lielākoties būtu garderobju darbība. Papildus iepriekš minētajam, uzņēmuma nosaukums ir izvēlēts arī tāds, kura domēna nosaukums nav aizņemts. Darba autors pārbaudīja divus dažādus domēna nosaukumus – www.hangitup.com un www.hangitup.lv un neviens no šiem domēniem vēl nav aizņemts.

2.1.3. Atrašanās vieta

Veidojot uzņēmumu, ir būtiski izvēlēties pareizo atrašanās vietu, kas gala rezultātā dotu uzņēmumam vislielāko atdevi un peļņu, un vajadzētu izvairīties no tādu lokāciju izvērtēšanas, kura būtu uzņēmumam ekonomiski neefektīva. Piemēram, mazumtirdzniecības uzņēmumam vajadzētu sākumā noteikt savu mērķauditoriju un tad noteikt, kur šī mērķauditorija visvairāk apgrozās, kur ir lielākā cilvēka plūsma un tad šajā vietā arī veidot savu mazumtirdzniecības veikalu, savukārt vairumtirgotājam vairāk būtu nepieciešams izvēlēties vietu ar piemērotāku infrastruktūru, lai tas spētu vieglāk nogādāt precis saviem klientiem. Protams, jāpatur vērā arī vietas izmaksas, jo centra rajonā, kur visticamāk, apgrozās vislielākais mērķauditorijas skaits, vai arī, kur, ļoti iespējams, ir visvairāk klienti tuvumā, būs vienas no lielākajām telpu nomas maksām. Kā rezultātā neto ieguvums no šo telpu nomas būs zemāks, ne kā būtu no telpu nomas kādā no mikrorajoniem.

Izvērtējot vidējās telpu nomas izmaksas Rīgā, darba autors ir izvērtējis pieejamo informāciju tādos interneta portālos kā ss.lv un city24.lv un secinājis, ka vidējā cena par vienu kvadrātmetru svārstās no 4,50 eur/m² līdz pat 15 eur/m² (veicot izvērtējumu darba autors nav ņēmis vērā biroja telpas, kurām būtu nepieciešams kapitālais remonts un tādas, kuras ir ekskluzīvas). Izvērtējot piedāvājumus, darba autors uzskata, ka vispiemērotākās telpas būtu Dārzaugļu ielā 1, kur tiek izīrētas labiekārtotas biroja telpas ar kopējo platību 50m² un ar iespēju palielināt platību līdz 100m². Īres maksa par šīm biroja telpām ir 5,20 eur/m² un kopējā īres maksa būtu 260 EUR. Šo biroju darba autors uzskata par piemērotāko, jo kopējā platība ir sadalīta trīs daļās, divās daļās būtu iespējams ierīkot darba galdus, savukārt trešā kalpotu kā noliktava, kur uzglabāt standus, reklāmas materiālus u.tml. Darba autors pielikumā Nr.1 ir pievienojis piemērotākās vietas plānu.

Darba autors uzskata, ka projekta sākuma stadijā darba autors būs vienīgais darbinieks un sākumā darbība notiks komunicējot ar sistēmas izveidotāju un potenciālajiem klientiem, kā rezultātā lielākā daļa no tikšanās notiktu klientu vai piegādātāju telpās. Ņemot vērā iepriekš minēto, darba autors neuzskata, ka uzņēmuma lokācijas izvēlei ir liela loma uzņēmuma nākotnē, vismaz ne sākuma stadijā, kamēr uzņēmumā strādās tikai tā dibinātājs vai arī viens konsultants, kurš nodrošinātu darbību konkrētā objektā. Tāpēc darba autors ir nolēmis, ka sākumā uzņēmuma juridiskā adrese būs darba autora dzīvesvieta, jo darba autors visus

nepieciešamos darbus spēs veikt no savas dzīvesvietas. Galvenie pienākumi, ko būtu nepieciešams veikt atrodoties birojā, būtu saistīti ar administratīvajiem darbiem un darbiem pie datora, tāpēc tas vai tiktu īrētas biroja telpas, vai arī, ja birojs atrastos darba autora dzīvesvietā, neietekmētu darbu kvalitāti.

2.2. Pamatkapitāls, īpašnieki, to līdzdalība pamatkapitālā

SIA pamatkapitāls ir materiālie un finanšu resursi, kas nepieciešami SIA darbības uzsākšanai un tās tālākai izvēršanai.¹ Kā jau darba 1.nodaļā darba autors minēja, tad uzņēmuma pamatkapitālā sākotnēji ir plānots ieguldīt 2800 euro. Iemaksu pamatkapitālā veiks darba autors, kurš arī būs vienīgais uzņēmuma dibinātās un valdes loceklis, kā rezultātā uzņēmuma dibinātājam piederēs 100% daļas. Ieguldītais pamatkapitāls tiks sadalīts 2800 daļās, kur 1 daļas vērtība būs 1 euro. Šādu daļu sadalījumu darba autors ir izvēlējis, lai nākotnē būtu vieglāk sadalīt uzņēmuma daļas, gadījumā, ja darba autors vēlētos ar kādu sadarboties un šai personai pārdotu daļu no uzņēmuma daļām.

Pamatkapitāls tiktu ieguldīts naudā, uzņēmuma dibinātājam veicot pamatkapitāla apmaksu pilnā apmērā. Ieguldītā summa tiktu izmantota, lai veiktu pirmās iemaksas uzņēmumam, kurš izstrādātu programmatūru un izveidotu kiosku, uz kura bāzes darbotos uzņēmuma produkts.

2.3. Zeme, ēkas, pamatlīdzekļi (īpašumā vai nomāti)

Uzņēmuma darbības sākumā darba autors neplāno veikt papildus investīcijas, lai iegādātos pamatlīdzekļus, izņemot investīcijas, kas tiktu veiktas, lai tiktu izstrādāts produkts, ar kuru uzņēmums nākotnē spētu sniegt pakalpojumu. Papildus pamatlīdzekļi, kas uzņēmumam būtu nepieciešami, lai tas spētu sākt darboties, būtu tikai dators un mobilais tālrunis, caur kuru notiktu visa komunikācija ar klientiem. Ņemot vērā to, ka uzņēmuma valdes loceklim īpašumā jau atrodas gan portatīvais dators, gan mobilais tālrunis, tad šīs lietas nebūtu nepieciešams papildus iegādāties, bet lai valdes loceklis spētu likumīgi izmantot savas personīgās mantas uzņēmuma vajadzībām, tad starp valdes locekli kā fizisku personu un uzņēmumu tiktu noslēgts patapinājuma līgums par to, ka uzņēmums drīkst izmantot valdes loceklim personīgi piederošo mantu savā uzņēmējdarbībā.

¹ **Rurāne M.** *Uzņēmējdarbības organizācija un plānošana*. Rīga, SIA "Biznesa augstskola Turība", 2002. 111 lpp.

2.4. Uzņēmuma organizatoriskā struktūra un vadība, nodarbināto skaits

Sākotnēji, pirms tiks pabeigta programmatūras izstrāde, uzņēmumā darbosies viens darbinieks – valdes loceklis, kurš uzraudzīs izstrādes procesu, to vai viss tiek paveikts norunātajos termiņos, izvērtēs vai pietādītās tāmes ir adekvātas tirgus situācijai, lai izvairītos no pārmaksāšanas, kā arī centīsies noslēgt līgumus ar potenciālajiem klientiem.

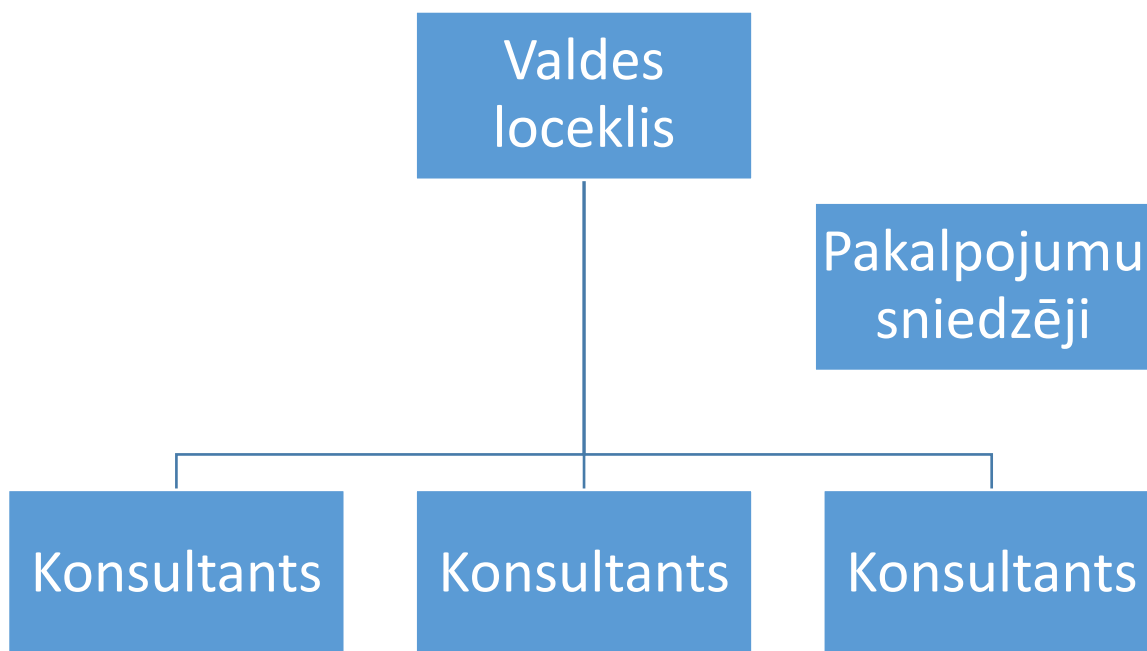
Savukārt, tad, kad produkta izstrāde tiktu pabeigta, tad darba autors ir ieplānojis sākt pieņemt darbā darbiniekus pēc nepieciešamības. Tas, cik daudz darbinieki būtu uzņēmumā, būtu atkarīgs no noslēgto sadarbības līgumu apjoma un noslēgto līgumu nosacījumiem. Viens no galvenajiem klientu segmentiem, ar kuriem darba autors vēlētos noslēgt sadarbības līgumus, būtu bāri un naktsklubī, bet tā kā šajās iestādēs jau tiek nodarbināti pietiekami daudz darbinieki, tad ar viņiem darba autors censtos noslēgt tādus sadarbības līgumus, kur uzņēmums atļautu klientiem izmantot savas iekārtas un programmatūru, pretim par to saņemot procentus no ietirgojuma, šādā veidā uzņēmumam nebūtu nepieciešams algot papildus darbiniekus. Savukārt, ja klients vēlētos, lai ar produktu strādā uzņēmuma darbinieks, tad tiktu algoti nepieciešams darbinieku skaits.

Otrs lielākais tirgus, kur uzņēmums censtos iekļūt, būtu festivāli. Tā kā pa visu vasaru, kad ir festivālu sezona, notiek tikai daži festivāli, kuros būtu nepieciešams uzņēmuma produkts, tad uzņēmums algotu darbiniekus tikai uz šiem festivāliem, tādā veidā izvairoties no situācijas, kad darbiniekam ir jāmaksā darba samaksa, kaut gan viņš atrodas dīkstāvē.

Plānotā auditorija, kuru uzņēmums censtos piesaistīt kā darbiniekus, ir studenti. Studenti būtu ļoti piemēroti veicamajam darbam, jo pasākumi, kuru laikā tiktu piedāvāts produkts, notiek vismaz vienu diennakti no vietas, tāpēc ir nepieciešami darbinieki, kuriem ir daudz enerģijas un kuri spēj izturēt arī visu nakti. Kā arī darbs būtu ar tehnoloģiju un lielākajai daļai tehnoloģijas nesagādā problēmas un iemācīties ar tām strādāt ir ļoti viegli, tāpēc uzņēmumam nebūtu jāvelta daudz resursi, lai apmācītu jaunus darbiniekus. Papildus jau iepriekš minētajam, darba autors vēlētos pieminēt arī to, ka studentiem tā visticamāk būtu viena no pirmajām darba pieredzēm, tāpēc viņu ekspektācijas par sagaidāmo darba samaksu nebūtu pārlieku augstas, kas uzņēmumam spētu ietaupīt papildus līdzekļus.

Valdes locekļa pienākumos ietilps uzņēmuma vadīšana, klientu piesaiste, uzņēmuma reklamēšana interneta vidē, grāmatvedības kārtošana, klientu datu apstrāde un analīze un klientu apkalpošana uzņēmuma darbības vietās, savukārt, konsultantu pienākumos ietilps klientu apkalpošana uzņēmuma darbības vietās. Visi pārējie pakalpojumi, kas būtu nepieciešami, lai uzņēmums spētu veiksmīgi darboties, piemēram, programmatūras

apkalpošana, tiktu pirkti no pakalpojumu sniedzējiem. Plānotā uzņēmuma struktūras shēma ir attēlota 2.1.att.



2.1.att. SIA “HANG IT UP” organizatoriskā struktūra pirmajos trīs darbības gados

2.5. Ārējā finansējuma piesaistes problēmas

Lai izstrādātu produktu, kuru darba autors vēlēšies pārdot saviem klientiem, tam būs nepieciešams piesaistīt papildus finansējumu, lai izstrādātu programmatūru, kas spēs nodrošināt pakalpojumu. Daļu no nepieciešamā finansējuma, darba autors ieguldīs no saviem līdzekļiem, tos ieguldot uzņēmuma pamatkapitālā, bet darba autora ieguldītā summa būs aptuveni 15% no kopējā nepieciešamā finansējuma. Atlikušos 85% darba autors plāno piesaistīt no ārējā finansējuma avotiem. Ārējais finansējuma avots būs vai nu investors vai arī aizņemtais kapitāls no kredītiestādes vai attīstības finanšu institūcijas.

Pirms izvēlēties ārējā finansējuma avotu, un, lai darba autors būtu drošs ka ir izvēlēties vispiemērotāko ārējā finansējuma veidu, darba autors apskatīs vairākus ārējā finansējuma veidus un izvērtēs tā pozitīvās un negatīvās puses. Ārējā finansējuma veidi, ko darba autors apskatīs, ir:

- Privātie investori, jeb biznesa eņģeļi;
- Aizņemtais kapitāls no kredītiestādēm;
- ES fondu finansējums.

2.5.1. Privātie investori

Investors ir privātpersona, kam ir finanšu resursi un interese tos investēt jaunās, perspektīvās biznesa idejās. Parasti tie ir veiksmīgi uzņēmēji, kas iekrājuši kapitālu ar mērķi tos ieguldīt uzņēmumos ar augstu izaugsmes potenciālu. Attiecīgi investori iegulda ne tikai savus finanšu līdzekļus, bet arī pieredzi biznesā, kontaktus un sakarus. Nereti pieredze un kontakti var sniegt lielāku ieguldījumu biznesa idejas attīstībā kā tikai naudas ieguldījums.¹

Privātie investori jeb biznesa eņģeļi ir populārākais finanšu avots jaunajiem uzņēmējiem. Tas skaidrojams ar to, ka investori, salīdzinot ar bankām un riska kapitāla fondiem, ir gatavi uzņemties lielāku risku, ieguldot naudu jaunos projektos. Bankas un fondus savā darbībā ierobežo normas kā naudas pārvaldītājiem, turpretim privātie investori spēj būt dinamiskāki. Taču, investors nav arī labdaris, bet gan riskē ar savu personīgo naudu ar mērķi nopelnīt maksimāli lielu peļņu.²

Tas, ko privātie investori sagaida, ir iespēja pārvērst ieguldīto kapitālu par aizdevumu vai par daļu no uzņēmuma pamatkapitālu. Risks, ko privātie investori uzņemas ir ļoti augsts, tāpēc viņi sagaida augstu ienesīgumu no ieguldījuma.³ Ieguldot kādā no start-up uzņēmumiem, privātais investors sagaida, ka tas pēc pieciem līdz septiņiem gadiem būs atguvis gan savus ieguldītos naudas līdzekļus, kā arī būs palielinājis ieguldīto summu par aptuveni desmit reizes.

Privātie investori neprasīs ķīlu, piemēram, nekustamā īpašuma veidā, taču līdzīgi kā riska kapitāla fondi, kļūs par vienu no uzņēmuma īpašniekiem – ar vismaz 10% daļu uzņēmumā. Parasti investori nepārņem uzņēmuma kontrolpaku, t.i. vairāk kā 49%. Taču jāņem vērā, ka investors vēlēšies iesaistīties arī uzņēmuma darbībā, t.sk. līdzdarboties stratēģisku lēmumu pieņemšanā.⁴

Pirms privātais investors pieņem lēmumu par ieguldīšanu vai neieguldīšanu biznesa idejā, tas galvenokārt izvērtē četrus aspektus:

- Produkts/pakalpojums – kādu problēmu ar to gatavojas risināt, tā unikalitāte un spēja aizsargāt no konkurences.

¹ *Privātie investori*. Pieejams: <http://www.naudabiznesam.lv/finansejums/nauda-biznesa-uzsaksanai/privatie-investori/> (skatīts 05.03.2017)

² *Turpat*

³ *Definition of Private Investor*. Pieejams: <https://www.sapling.com/5184491/definition-private-investor> (skatīts 05.03.2017)

⁴ *Privātie investori*. Pieejams: <http://www.naudabiznesam.lv/finansejums/nauda-biznesa-uzsaksanai/privatie-investori/> (skatīts 05.03.2017)

- Tirgus – kāds tas ir, cik liels, izaugsmes potenciāls, kas ir klienti un kādi ir konkurenti. Nereti jaunie uzņēmēji saņem atteikumu no investora, jo nav izvērtējuši tirgu un konkurentus.
- Vadības/īpašnieku komanda – kāda ir pieredze, motivācija un saikne ar investoru. Šis ir viens no svarīgākajiem faktoriem – investoram ir jābūt pārliecinātam par komandas kompetenci un spēju īstenot biznesa ideju.
- Finanšu ieguldījums un atdeve – cik liela investīciju summa nepieciešama, kā to plānots izlietot, kāda peļņa sagaidāma nākotnē, cik reāli ir šie skaitļi.¹

Izvērtējot visu iepriekš minēto par biznesa eņģeļiem, darba autors ir secinājis, ka projekta ideja varētu būt atbilstoša investoru vēlmēm. Bet, ņemot vērā to, ka projekta idejas tirgus ir neliels un uzņēmums vēl nav uzsācis savu darbību, lai pierādītu investoriem, ka ideja ir dzīvotspējīga, tad investoru piesaiste nebūtu iespējama. Pēc darba autora domām, sākumā darba autoram būtu jāizveido produkts un jāiegūst sākotnējie klienti un jāsāk paplašināties, pirms sāktu uzrunāt investorus.

2.5.2. Aizņemtais kapitāls no kredītiestādēm

Iepazīstoties ar vairāku kredītiestāžu piedāvājumiem, darba autors ir secinājis, ka neviena banka nepiedāvā iespēju izsniegt naudas līdzekļus start-up uzņēmumam. Vienīgā iespēja, kā saņemt aizņēmumu no kredītiestādes savas darbības uzsākšanai, būtu darba autora privātais aizņēmums patēriņa kredīta veidā. Bet, sakarā ar to, ka Latvijā darbojas vairākas atbalsta programmas, kuru darbību nodrošina Attīstības finanšu institūcija ALTUM (ALTUM), tad darba autors ir detalizētāk iepazīties ar ALTUM mājaslapā pieejamo informāciju un izvērtējis vairākus atbalsta veidus.

ALTUM ir valstij piederoša attīstības finanšu institūcija, kas finanšu instrumentu veidā (ar aizdevumiem, garantijām, ieguldījumiem riska kapitāla fondos u. c.) sniedz valsts atbalstu noteiktām mērķa grupām. ALTUM izstrādā un īsteno valsts atbalsta programmas, novēršot tirgus nepilnības, kuras nevar atrisināt privātā sektora finanšu iestādes, un nodrošinot finanšu pieejamību jomās, kuras valsts ir izvirzījusi kā atbalstāmas un svarīgas. Atbalsta programmas ALTUM īsteno no publiskajiem resursiem – Eiropas Savienības, citu starptautisku institūciju, valsts un ALTUM piesaistīta finansējuma. ALTUM akciju turētāji ir Latvijas Republikas

¹ *Privātie investori*. Pieejams: <http://www.naudabiznesam.lv/finansejums/nauda-biznesa-uzsaksanai/privatie-investori/> (skatīts 05.03.2017)

Finanšu ministrija, Ekonomikas ministrija un Zemkopības ministrija. ALTUM darbojas saskaņā ar vidēja termiņa darbības stratēģiju 2016. –2018. gadam¹.

ALTUM pamatā piedāvā astoņus dažādus atbalsta saņemšanas veidus – biznesa uzsācējiem, uzņēmumiem, lauksaimniekiem, iedzīvotājiem, Eiropas investīciju plāns, eksporta atbalsts, energoefektivitāte un zemes fonds. Ņemot vērā to, ka projekta ideja vēl nav darbojošs uzņēmums, tad no iepriekš minētajiem virzieniem darba autors detalizētāku izpēti veiks par atbalstu – biznesa uzsācējiem.

Biznesa uzsācējiem ALTUM piedāvā vairākas iespējas atbalsta saņemšanai, kas sadalās septiņās kategorijās. Lai darba autors spētu atrast piemērotāko apakšprogrammu aizdevuma saņemšanai, tad darba autors ir apkopojis galveno informāciju, kura ir nepieciešama lēmuma pieņemšanai.

1. Starta aizdevums:

- Pieteikties līdz 3gadiem veci UR reģistrēti biznesa uzsācēji, jaundibināti uzņēmumi un pieredzējuši uzņēmēji, kas dibina jaunu uzņēmumu citā darbības jomā;
- Aizdevuma mērķis ir investīcijām un apgrozāmiem līdzekļiem;
- Aizdevuma apjoms ir no 2 000 līdz 150 000 EUR;
- Aizdevuma termiņš ir līdz 8 gadiem;
- Aizdevuma gada likme sastāv no fiksētās likmes 3-6% un no Valsts kases resursu cenas;
- Paša līdzdalība projektā aizdevumam līdz 7 000 EUR ir 0%, bet virs 7 000 EUR ir 10% no projekta summas;
- Aizdevuma nodrošinājums līdz 25 000 EUR ir iegādātais objekts, bet virs 25 000 EUR nodrošinājuma vērtībai jābūt sākot ar 74% no aizdevuma.²

2. Mikroaizdevums:

- Mikroaizdevumu var saņemt uzņēmumi, individuālie komersanti, zemnieku vai zvejnieku saimniecības, fiziskas personas, kas reģistrētas kā saimnieciskās darbības veicēji;
- Mikroaizdevuma mērķis ir neliela biznesa sākšana vai attīstīšana mikrouzņēmumiem un biznesa uzsācējiem;

¹ *Kas mēs esam.* Pieejams - <https://www.altum.lv/lv/par-altum/kas-mes-esam/> (skatīts 10.04.2017)

² *Starta aizdevums.* Pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/starta-programma/par-starta-programmu/> (skatīts 10.04.2017)

- Maksimālais aizdevuma apmērs ir līdz 14 300 EUR investīcijām un līdz 7 200 EUR apgrozāmajiem līdzekļiem;
- Aizdevumam ir fiksēta procentu likme no 5 % līdz 8 % gadā;
- Aizdevuma termiņš ir līdz 5 gadiem;
- Aizdevuma nodrošināšanai nepieciešama uzņēmēja līdzdalība 10 % apmērā projektos, kuru kopējā summa ir virs 7 200 EUR;
- Aizdevuma saņemšanai tiek piesaistīts uzņēmuma īpašnieka privātais galvojums;
- Nodrošinājuma vērtībai jābūt, sākot no 74% no aizdevuma summas.¹

3. Aizdevumi biznesa eņģeļu finansētiem projektiem:

- Aizdevumu starta programmas, MVU mikrokreditēšanas programmas vai MVU izaugsmes aizdevumu programmas ietvaros aizdevumu var saņemt biznesa uzsācēji, mikrouzņēmumi, strauji augoši mazie un vidēji uzņēmumi, kas ir vienojušies par biznesa eņģeļa investīciju piesaisti sava projekta realizēšanai;
- Aizdevuma mērķis ir sniegt atbalstu biznesa uzsācējiem un uzņēmumiem ar izaugsmes potenciālu, veicinot privāto investoru piesaisti dzīvotspējīgiem projektiem;
- Aizdevumu atmaksas termiņš ir līdz 8 gadiem investīciju aizdevumiem un līdz 5 gadiem apgrozāmo līdzekļu aizdevumiem;
- Maksimālā ALTUM aizdevuma summa vienam projektam ir līdz 150 000 EUR, izņemot nozares, kurās atbalsta programmas noteikumi atļauj aizdot līdz 43 000 EUR.²

4. Sēklas un sākuma riska kapitāls:

- Sēklas un sākuma riska kapitāla finansējumu var saņemt jaundibināti inovatīvo tehnoloģiju uzņēmumi, ievērojot ierobežojumus, kas saistīti ar uzņēmējdarbības jomu, finanšu situāciju un iepriekš saņemtā valsts atbalsta apmēru;
- Sēklas un sākuma riska kapitāla ieguldījums tiek veikts ar mērķi komercializēt projekta tehnoloģijas, lai sekmētu starptautiska mēroga biznesa izaugsmi;
- Investīciju apjoms start-up uzņēmumos ir no 50 000 EUR līdz 200 000 EUR ar iespēju nākotnē piesaistīt papildu investīcijas;

¹ Par mikrokreditēšanas programmu. Pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/mikrokrediti-1/par-programmu/> (skatīts 10.04.2017)

² Par biznesa eņģeļu un ALTUM pilotprojektu, pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/aizdevumi-biznesa-engelu-finansetiem-projektiem/par-projektu/> (skatīts 10.04.2017)

- Ieguldījuma termiņš ir no 4 līdz 5 gadiem;
- Investors kļūst par uzņēmuma biznesa partneri, kurš sniedz uzņēmumam savu pieredzi un zināšanas, palīdz kopīgi izpildīt nospraustos mērķus, tādējādi sekmējot uzņēmuma komercializācijas potenciālu un izaugsmi.¹

5. Akcelerācijas fondu programma:

- Akcelerācijas fondu finansējumu varēs saņemt jauni un inovatīvi, ekonomiski dzīvotspējīgi un ļoti agrīnā attīstības stadijā esoši saimnieciskās darbības veicēji, ievērojot ierobežojumus, kas saistīti ar uzņēmējdarbības jomu, finanšu situāciju un iepriekš saņemtā valsts atbalsta apmēru;
- Programmas mērķis ir veicināt start-up uzņēmumu (saimnieciskās darbības veicēju) izveidi, izaugsmi un konkurētspēju, sniedzot akcelerācijas pakalpojumus un finansējumu uz biznesu vēršiem uzņēmējdarbības projektiem ar tehnoloģiskas vai rūpnieciskas neizdošanās risku;
- Akcelerācijas fondi veiks ieguldījumus inovatīvos un agrīnas attīstības stadijas start-up uzņēmumos ar lielu izaugsmes potenciālu, un to finansējums tiks sniegts divos posmos - pirmssēklas un sēklasnaudas ieguldījumu veidā. Pirmssēklas naudas ieguldījums ir līdz 50 000 EUR vienam uzņēmumam - paredzēts uzņēmuma izveides finansēšanai, tai skaitā produkta un saimnieciskās darbības modeļa izstrādei, izpētei, novērtēšanai un apstiprināšanai. Sēklasnaudas ieguldījums ir līdz 250 000 EUR vienam uzņēmumam - paredzēts projektiem, kas būs veiksmīgi izgājuši akcelerācijas posmu un būs gatavi tālākai uzņēmuma izaugsmes finansēšanai, tai skaitā produkta un saimnieciskās darbības modeļa attīstīšanai.²

6. Sociālās uzņēmējdarbības programma:

- Finanšu atbalstu jeb granta finansējumu varēs saņemt tikai tie sociālie uzņēmumi un sociālās uzņēmējdarbības uzsācēji, kas būs reģistrēti Labklājības ministrijas īpaši programmas mērķiem izveidotā sociālo uzņēmumu reģistrā;
- Projekta mērķis ir veicināt sociālās uzņēmējdarbības vidi un attīstību, kā arī palielināt nodarbinātības iespējas nelabvēlīgākā situācijā esošiem

¹ Par sēklas un sākuma riska kapitāla programmu, pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/seklas-un-sakuma-riska-kapitals-par-programmu/> (skatīts 10.04.2017)

² Par akcelerācijas fondu programmu, pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/akseleracijas-fondi-par-programmu/> (skatīts 10.04.2017)

bezdarbniekiem, personām ar invaliditāti un personām ar garīga rakstura traucējumiem.¹

7. Atbalsts start-up uzņēmumu apmācībai:

- Pateicoties start-up vides dalībnieku lielajai aktivitātei, divu gadu laikā programmas finansējums 500 tūkstošu eiro apmērā ir veiksmīgi apgūts un jauni pieteikumi netiek izskatīti.²

Izvērtējot augstāk minētos aizdevuma un atbalsta veidus, darba autors ir secinājis, ka projekta ideja ir piemērota divām no septiņām programmām – starta aizdevums un mikrokredīti. Pārējās programmas projekta idejai nebūtu piemērotas, jo šīs programmas ir paredzētas uzņēmumiem, kuri ir piesaistījuši investorus un tehnoloģiju uzņēmumiem ar strauju izaugsmes potenciāli. Atsaucoties uz darba autora iepriekš pieminēto, tad pirms projekts uzsāktu savu darbību un izaugsmi, būtu problemātiski ieinteresēt un piesaistīt investoru. Kā arī projekta ideja nav ar strauju izaugsmes potenciālu, jo sākumā būtu jāsaskaras ar patērētāju pretestību pret tehnoloģiju ieviešanu garderobju nozarē.

Salīdzinot Starta aizdevuma programmu ar Mikroaizdevuma programmu, darba autors secina, ka projekta idejas īstenošanai izdevīgāka būtu Starta aizdevuma programma. Darba autora secinājumi ir balstīti uz to sekojošiem salīdzinājumiem:

- Aizdevumu ir iespējams saņemt no abām programmām;
- Starta aizdevuma programmas aizdevuma apjoms ir no 2 000 līdz 150 000 EUR, savukārt Mikroaizdevuma aizdevuma apjoms ir līdz 14 300 EUR investīcijām un līdz 7 200 EUR apgrozāmajiem līdzekļiem. Ņemot vērā to, ka projekta idejas īstenošanai būs nepieciešamas investīcijas aptuveni 15 000 EUR, tad drošāk ir izvēlēties Starta aizdevumu, jo tur darba autors nebūtu tik ierobežots un neriskētu ar iespēju, ka aptrūksies naudas līdzekļi investīcijām;
- Starta aizdevuma programmas aizdevuma gada likme ir no 3-6% un no Valsts kases resursu cenas, savukārt Mikroaizdevuma aizdevuma procentu likme ir no 5-8%. Ņemot vērā, ka uz doto brīdi Valsts kases resursu cena ir no 0,5%³, tad Starta aizdevuma programmas aizdevumu gada likme ir no 3,5-6,5%. Ņemot vērā to, ka pašreiz nav novērojama strauja finanšu tirgus attīstība, kas varētu rezultēties straujā Valsts kases

¹ Par sociālās uzņēmējdarbības programmu, pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/socialas-uznemejdarbibas-programma/par-programmu/> (skatīts 10.04.2017)

² Par atbalsta programmu start-up uzņēmumu apmācībā, pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/atbalsts-start-up-uznemumu-apmacibai/par-programmu/> (skatīts 10.04.2017)

³ Aizdevuma likmes euro, pieejams: <http://www.kase.gov.lv/l/aizdevumu-likmes-euro/6792> (skatīts 10.04.2017)

resursu cenas pieaugumā, tad darba autors uzskata, ka tas ir droši izvēlēties Starta programmas aizdevumu, jo, lai aizdevuma procentu likme gadā būtu augstāka par Mikroaizdevuma procentu likmi, tad Valsts kases resursu cenai būtu jāpieaug vismaz par 1,5% gadā.

- Ņemot vērā faktu, ka abām programmām, ja nepieciešamā aizdevumu summa ir virs 7 000, ir nepieciešams līdzfinansējums 10% apmērā un faktu, ka darba autors plāno projekta līdzfinansējumu aptuveni 20% apmērā, tad abas programmas ir līdzvērtīgas.
- Starta aizdevuma programmas aizdevumam par nodrošinājumu kalpo iegādātais objekts, savukārt Mikroaizdevumam vēl papildus ir nepieciešams īpašnieka privātais galvojums. Ņemot vērā faktu, ka izvēloties Starta aizdevumu, darba autors izvairās no privātajām saistībām, tad darba autors uzskata, ka labāk būtu izvēlēties Starta aizdevuma programmu.

Ņemot vērā iepriekš apskatīto un izanalizēto informāciju, darba autors ir secinājis, ka projekta idejas realizācijai tam visoptimālākais variants būtu piesaistīt ALTUM atbalsta programmu Starta aizdevums kopā ar darba autora līdzfinansējumu aptuveni 20% apmērā. Šāda veida struktūra būtu ļoti optimāla, jo darba autors būtu ieguldījis pamatkapitālā pietiekamus līdzekļus darbības uzsākšanai, bet tai pat laikā lielāko daļu būtu piesaistījis no atbalsta programmas, kura tiktu nodrošināta ar iegādāto objektu nevis ar darba autora galvojumu vai darba autora kustamās vai nekustamās mantas ķīlu.

Gadījumā, ja darba autoram nebūtu iespējams saņemt aizņēmumu no AFI ALTUM atbalsta programmām, tad darba autors veiktu personisku aizņēmumu no SEB bankas veicot patēriņa kredīta aizņēmumu. SEB banka piedāvā aizņēmumu līdz 15 000 EUR un ar atmaksas termiņu līdz 60 mēnešiem. Ņemot vērā to, ka aizņēmuma veids ir patēriņa kredīts, tad arī procentu likme ir augstāka par AFI ALTUM piedāvāto procentu likmi. SEB bankas piedāvātā patēriņu kredīta aizdevuma procentu likme būtu 15%.¹

2.2. Tabula

Aizņēmuma nosacījumu salīdzinājums starp AFI ALTUM un SEB banka uz 2017.gada maiju

Aizdevējs	Aizdevuma summa	Aizdevuma termiņš	Aizdevuma procentu likme	Aizņēmējs
AFI ALTUM	līdz 150 000 EUR	līdz 8 gadiem	3-6% + Valsts kases resursu cena (0,5%)	Uzņēmums
SEB Banka	līdz 15 000 EUR	līdz 5 gadiem	15%	Uzņēmuma dibinātājs

Pēc 2.2. Tabulā pieejamās informācijas, darba autors secina, ka aizņēmums no AFI

¹ Patēriņa kredīts <http://www.seb.lv/krediti-un-lizings/krediti-ikdienai/paterina-kredits#iespejas> (skatīts 17.05.2017)

ALTUM ir finansiāli izdevīgāks par aizņēmumu no SEB bankas. Aizņemoties no SEB bankas, darba autoram būtu ierobežota aizņēmuma summa, jo var izveidoties situācija, ka ar aizņēmumu tikai no SEB bankas var nepietikt aplikācijas izveidei un būtu nepieciešams piesaistīt vēl papildus aizņēmumu, savukārt, aizņemoties no AFI ALTUM, šāda situācija neizveidosies, jo maksimālā aizņēmuma summa ir ievērojami lielāka un būtu iespējams aizņemties tieši tik daudz naudas līdzekļus, cik uzņēmumam būtu nepieciešams. Salīdzinot 2.2. Tabulā apkopotās procentu likmes, darba autors secina, ka aizņemoties no SEB bankas, uzņēmumam būtu augsti procentu maksājumi, jo kopējā procentu likme ir 2-4 reizes lielāka par AFI ALTUM aizdevuma procentu likmi.

3. NOZARES IZPĒTE

Projekta ideja ir modernizēt garderobju un mantu glabātuvju darbību, piedāvājot ierasto mantu nodošanas-saņemšanas procesu aizstāt ar modernāku, tehnoloģiski attīstītu procesu. Saistībā ar to, ka līdz šim garderobes tika izveidotas tikai kā blakus produkts, lai atvieglotu klientiem uzturēšanos attiecīgajā vietā, tad projekta idejai Latvijā vēl nav izveidojusies atsevišķa nozare, kurai tiktu pievērstu pastiprinātu uzmanību. Pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem, projekta ideja, galvenokārt, darbotos zem NACE 2.red koda – 52.10 Uzglabāšanas un noliktavu saimniecība. Šajā klasē ietilpst visu veidu preču uzglabāšanas telpu un noliktavu ekspluatācija – graudu glabātavas, parastās preču noliktavas, refrižerators noliktavas, glabāšanas rezervuāri u.c.¹ Bet, ņemot vērā faktu, ka galvenokārt ar šo kodu ir reģistrēti uzņēmumi, kuri nodrošina loģistikas pakalpojumus un noliktavu iznomāšanu², tad darba autors uzskata, ka nozares datu analīzei šie dati nav izmantojami, jo nesniegtu korektu informāciju, kas ir saistīta ar garderobēm. Analizējot nozari, kurā darbotos projekta ideja, objektīvāk būtu izmantot statistikas datus no ēdināšanas pakalpojumu nozares, kas iedalās:

- Restorānu un mobilo ēdināšanas vietu pakalpojumi;
- Izbraukuma ēdināšana pēc pasūtījuma un citi ēdināšanas pakalpojumu darbība;
- Bāru darbība.

Pēc darba autora domām, vispiemērotākie statistikas dati būtu no bāru darbības, jo tas sniegtu priekšstatu par bāru apmeklētību un ņemot vērā to, ka galvenokārt darba autora izveidotais produkts tiktu izvietots bāros un nakts klubos, tad šie dati spētu sniegt vispārīgu ieskatu par projekta idejas iespējamajiem ienākumiem.

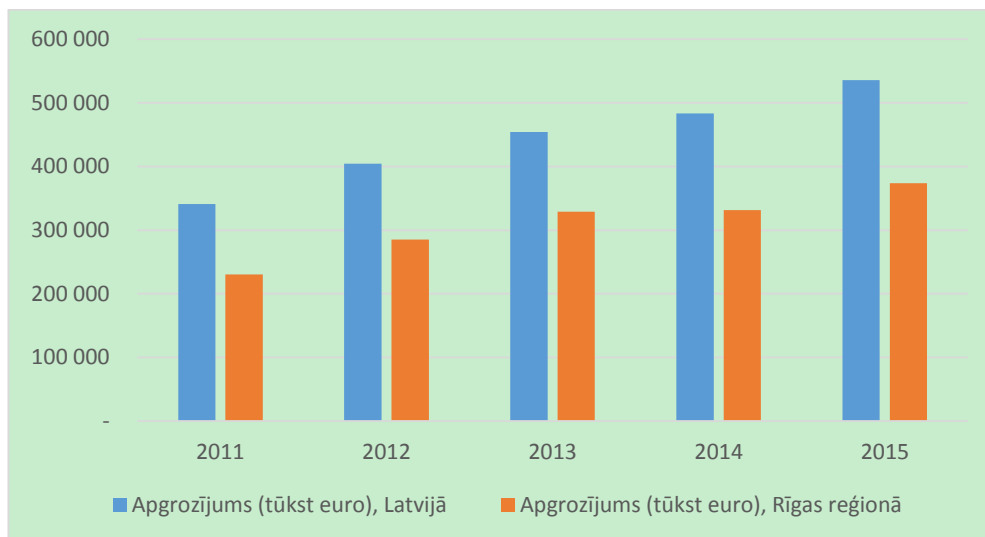
Papildus, lai veiktu nozares izpēti, darba autors apskatīs mūzikas festivālu izaugsmi pēdējos gados, iegūstot datus par apmeklētāju skaitu un to atrašanos vietu, kā arī par festivāla ilgumu. Darba autors uzskata, ka arī šī nozare projekta idejai ir ļoti aktuāla, jo darba autors plāno, ka festivālu sezonas laikā būtu iespējams izveidot projekta idejas standus šajos vestivālos.

¹ *Saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija Eiropas Kopienā, 2.redakcija, pieejams - <http://www.csb.gov.lv/node/29900/list/4/0> (skatīts 11.04.2017)*

² *Meklēšana NACE aktuālajā redakcijā 2.0, pieejams - <https://nace.lursoft.lv/52.10/uzglabasana-un-noliktavu-saimnieciba/companies/?vr=3&old=0> (skatīts 11.04.2017)*

3.1. Nozares attīstības tendences pēdējos 5 gados

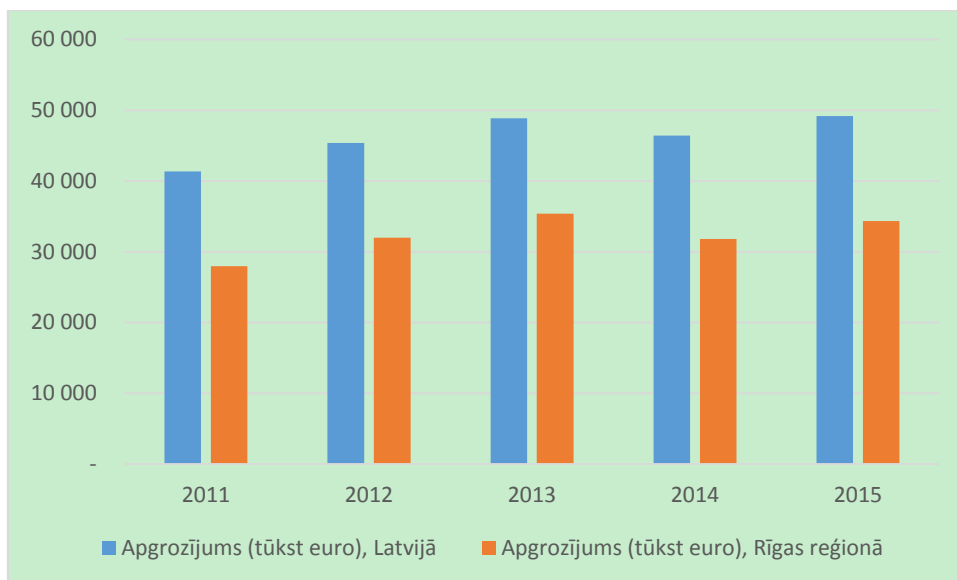
Balstoties uz iepriekš aprakstīto informāciju, darba autors ir nolēmis veikt analīzi par bāru darbību, kas darbojas zem ēdināšanas un izmitināšanas pakalpojumu nozares. Statistikas dati par bāru darbību, kā arī par IKP ir iegūti no Centrālās statistikas pārvaldes mājaslapas.



3.1.att. Ēdināšanas pakalpojumu apgrozījums Latvijā un Rīgas reģionā no 2011.gada līdz 2015.gadam (tūkst.euro)

3.1.att. darba autors ir apkopojis iegūtos datus no Centrālās statistikas pārvaldes par uzņēmumu galvenajiem uzņēmējdarbības rādītājiem (skatīt pielikums Nr.2). Iegūtajos datos, ir redzams, ka ēdināšanas pakalpojumu tirgus Latvijā ar katru gadu palielinās. Vislēnākais izaugsmes temps ēdināšanas pakalpojumu nozarei ir bijis 2014.gadā, kad tirgus Rīgas reģionā attiecībā pret 2013.gadu pieauga par 1%, savukārt 2015.gadā bija novērojams straujāks izaugsmes temps un tirgus apgrozījums attiecībā pret 2014. gadu palielinājās par 13%. Visstraujākais tirgus pieaugums bija vērojams 2012.gadā, kad tirgus pieauga par 24%, bet 2013.gadā tas pieauga par 15%.

Darba autors uzskata, ka šāda tirgus izaugsme ir līdzsvarā ar vispārēju tirgus ekonomikas izaugsmi. Kā arī, ņemot vērā faktu, ka pašreiz pasaules finanšu tirgos nav notikušas būtiskas svārstības un nestabilitātes, tad darba autors uzskata, ka ēdināšanas pakalpojumu apgrozījums gan Latvijā, gan Rīgas reģionā turpmākajos gados turpinās palielināties.

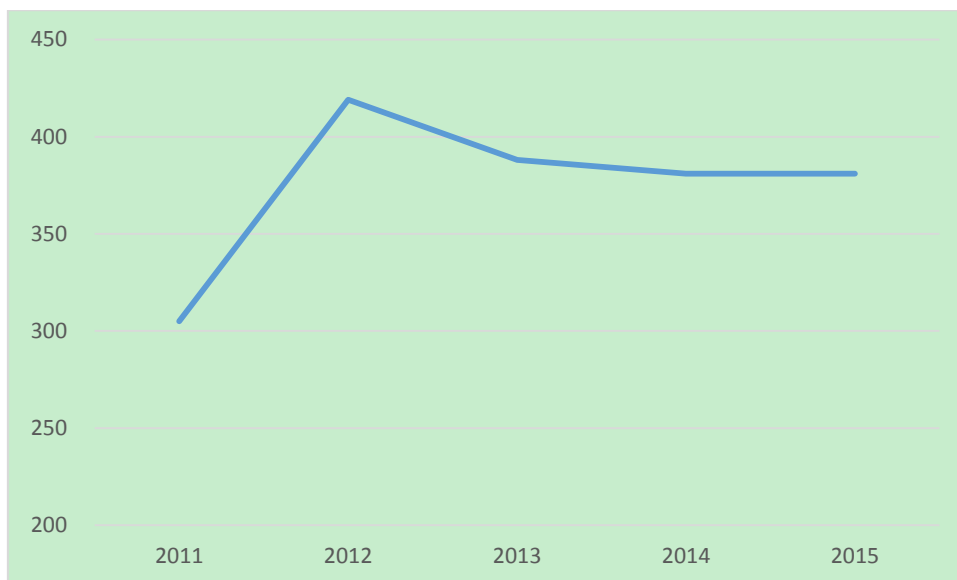


3.2.att. Bāru darbības apgrozījums Latvijā un Rīgas reģionā no 2011.gada līdz 2015.gadam (tūkst.euro)

3.2.att. darba autors ir apkopojis iegūtos datus no Centrālās statistikas pārvaldes par uzņēmumu galvenajiem uzņēmējdarbības rādītājiem un darba autora aprēķinātajiem datiem (skatīt pielikums Nr.3. Iegūtajos datos ir redzams, ka bāru darbības apgrozījums Rīgas reģionā no 2011.gada līdz 2013.gadam pieaug, respektīvi 2012.gadā pieaugums bija 15%, savukārt 2013.gadā bija papildus 11% pieaugums. Savukārt, 2014.gadā bāru darbības apgrozījumam Rīgas reģionā ir vērojams kritums un kopējais apgrozījums samazinājās par 10%. Neskatoties uz to, ka 2014.gadā bāru darbībai Rīgas reģionā bija samazinājies apgrozījums, 2015.gadā tas sāka palielināties un kopumā pieauga par 8%.

Darba autors uzskata, ka apgrozījums 2014.gadā samazinājās dēļ tā, ka Latvijā tika ieviests euro un kurss LVL/EUR bija 0,702804, kas rezultējās cenas, nosacītā, pieaugumā. Piemēram, ja 2013.gadā par vienu kokteili bārā bija jāmaksā 5,00 LVL, tad sākot no 2014.gada par to pašu kokteili bija jāmaksā 7,11 EUR. Cena par šo kokteili paliek nemainīga, bet psiholoģiski patērētājam ieraugot cenu 7,11 EUR, liekas, ka kokteilis maksā vairāk un tas izvēlas neiegādāties šo kokteili.

Pamatojoties uz 3.2.att. un darba autora uzskatiem par to, kāpēc 2014.gadā bāriem bija apgrozījuma kritums, var secināt, ka situācija ar katru gadu uzlabojas un bāru darbības apgrozījumam ir tendence palielināties. Sakarā ar to, ka projekta idejas galvenā mērķauditorija būs bāri un nakts klubi, tad darba autors uzskata, ka ir arī nepieciešams izvērtēt situāciju ar uzņēmumu skaitu, kas darbojas šajā nozarē.

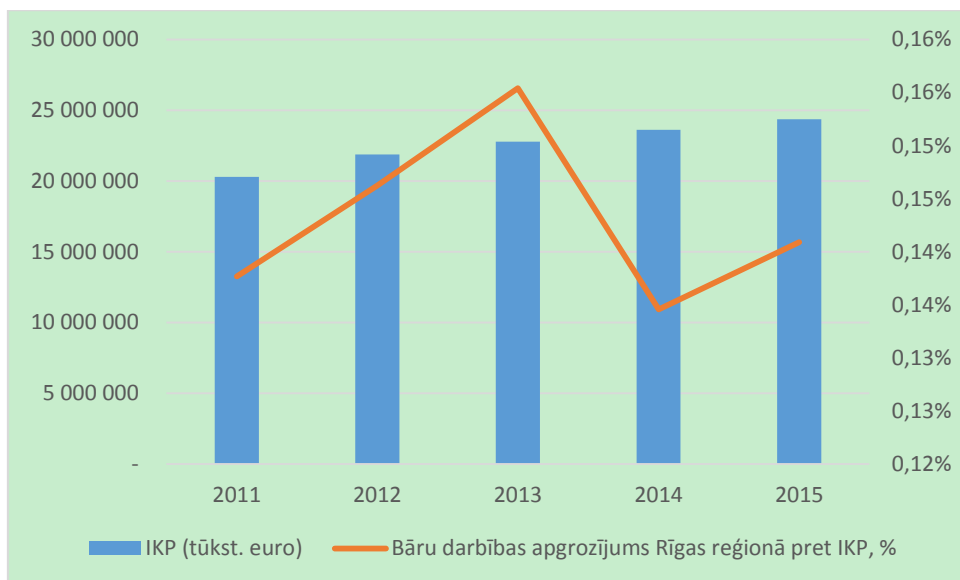


3.3.att. Uzņēmumu skaits Latvijā, kuri ir reģistrējuši NACE 2.red kodu 56.30 Baru darbība, no 2011.gada līdz 2015.gadam ¹

3.3.att. darba autors ir apkopojis iegūto datus no Centrālās statistikas pārvaldes par ekonomiski aktīvajiem uzņēmumiem, kuri ir reģistrējuši savu darbību kā baru darbību. Pēc 3.3.att. redzamās informācijas, darba autors secina, ka 2012.gadā bija straujš uzņēmumu pieaugums, kas ir skaidrojams ar ekonomiskās situācijas uzlabošanos valstī kopumā, savukārt nākamajos gados ir neliels šo uzņēmumu kritums. Darba autors uzskata, ka ja ekonomiskā situācija valstī būtiski nemainīsies, tad arī turpmākajos gados būs vērojams minimāls uzņēmumu pieaugums šajā nozarē vai pat stagnācija. Darba autors uzskata, ka projekta idejai būtu labāk, ja uzņēmumu skaits paliktu nemainīgs, vai pat samazinātos, jo ņemot vērā faktu, ka projekta idejas produktu nebūs iespējams izvietot visos uzņēmumos, bet gan tikai nelielā daļā no šiem uzņēmumiem, tad jo mazāks būs šo uzņēmumu skaits, jo vairāk viens uzņēmums apkalpos apmeklētājus, kas rezultēsies lielākā produkta patērētāju skaitā vietā.

Lai darba autors spētu precīzāk veikt secinājumus par nozares attīstības perspektīvām, darba autors uzskata, ka ir nepieciešams arī salīdzināt vispārējus IKP datus ar iegūtajiem nozares datiem.

¹ Uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji, pieejams - http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/rupnbuvm/rupnbuvm_ikgad_uzndarb/SB0010.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe (skatīts 11.04.2017)



3.4.att. Latvijas IKP (tūkst.euro) un bāru darbības apgrozījums Rīgas reģionā pret Latvijas IKP, % no 2011.gada līdz 2015.gadam¹

3.4.att. darba autors ir apkopojis iegūtos datus no Centrālās statistikas pārvaldes par iekšzemes kopproduktu un par bāru darbības apgrozījumu Rīgas reģionā pret IKP, %. No iegūtajiem rezultātiem darba autors secina, ka IKP ar katru gadu Latvijā palielinās, 2012. gadā tas palielinājās par 8% attiecībā pret 2011.gada rezultātiem, savukārt nākamajos gados tas ir pieaudzis vienmērīgā tempā, kas bija aptuveni 3,7% gadā. Savukārt bāru darbības apgrozījums Rīgas reģionā pret IKP ir vienmērīgi katru gadu pieaudzis attiecībā pret iepriekšējo gadu, izņemot 2012.gadu, kad kritums bija par 0,02%. Šis kritums ir izskaidrojams ar jau iepriekš pieminēto faktu, ka 2014.gadā tika veikta valūtas denominācija uz euro.

Analizējot 3.4.att. darba autors secina, ka starp šiem diviem rādītājiem būtu augsta korelācija, ja vien 2014.gadā bāru darbības apgrozījums Rīgas reģionā nebūtu samazinājies, jo rēķinot korelāciju neņemot vērā 2014.gada rezultātus, tad korelācija starp IKP un bāru apgrozījumu Rīgas reģionā ir 86%. Balstoties uz to, ka starp šiem diviem rādītājiem ir tāda korelācija, tad plānojot nozares attīstību, darba autors uzskata, ka ir iespējams paļauties arī uz ekspertu prognozēm par plānoto Latvijas IKP pieaugumu nākamajos gados.

Bāru darbības attīstība pēdējos 5 gados ir tikai viena daļa no nozares, kurā darba autors plānotu izvērst projekta ideju. Otra daļa būtu festivāli. Ņemot vērā to, ka CSP datubāzē nav pieejama informācija par festivālu apmeklētāju skaitu, tad darba autors paļausies uz konkrētu festivālu mājaslapu un plašsaziņas līdzekļos publicēto informāciju par festivālu apmeklētību.

¹ Iekšzemes kopprodukts, pieejams http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/ekfin/ekfin_ikgad_ikp/IK10_0010.px/?rxid=cdbc978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0 (skatīts 11.04.2017)

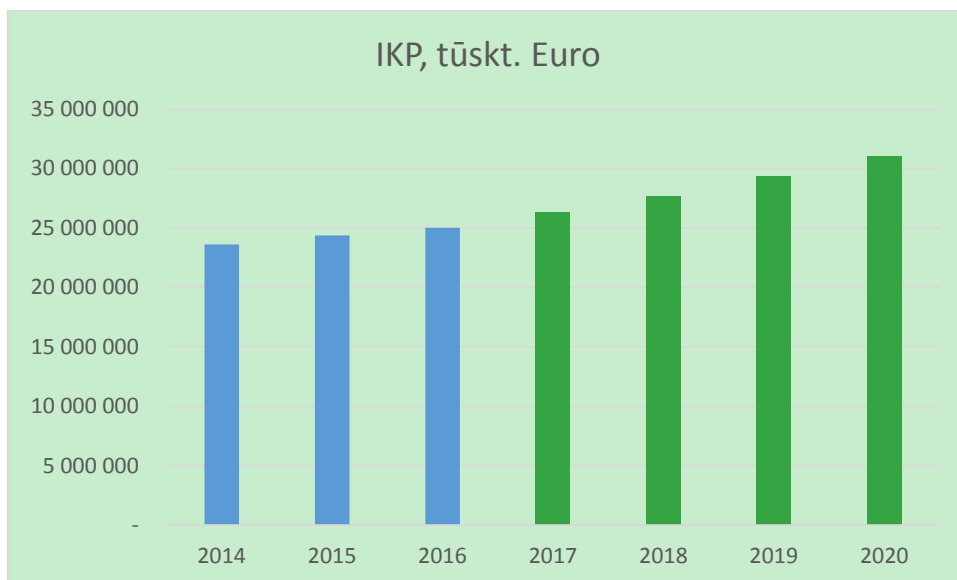
Katru gadu Latvijā, vasaras periodā, norisinās vairāki festivāli, kuri tiek plaši apmeklēti gan no Latvijas, gan no citām valstīm. Izvērtējot festivālu apmeklētību pēdējos piecos gados, būs iespējams secināt par nākotnes perspektīvām turpmākajos gados projekta idejai. Izanalizējot informāciju, kas ir pieejama plašsaziņas medijos, darba autors secina, ka Latvijā ik gadu norisinās divi izteikti lielākie mūzikas festivāli un daudzi ne tik plaši apmeklēti festivāli.

Lielākie mūzikas festivāli ir Positivus festivāls Salacgrīvā, Summer Sound festivāls Liepājā un Laba Daba festivāls Ratniekos. Katru no šiem festivāliem ik gadu apmeklē attiecīgi aptuveni 30 000, 20 000-25 000, un 12 000-15 000 apmeklētāji dienā un festivāls ilgst trīs dienas un divas nakts. Pēdējos gados Positivus festivāla apmeklētība ir sasniegusi maksimālo kapacitāti un to ik gadu saglabājis nemainīgu. Savukārt Summer Sound festivāla apmeklētība nav tik stabila ik gadu, jo apmeklētība ik gadu svārstās no 15 000 līdz 20 000 apmeklētājiem dienā. Festivāla Laba Daba apmeklētība ir uz pusi mazāka par iepriekš minētajiem festivāliem un to apmeklē aptuveni 12 000-15 000 apmeklētāji. 2016.gadā un arī turpmāk plānotais apmeklētāju skaits būs 12 000 apmeklētāji, jo festivāla organizatori ir izlēmuši samazināt festivāla apmeklētāju skaitu, lai nodrošinātu drošību festivāla apmeklētājiem augstākā līmenī.

Papildus vēl iepriekš minētajiem festivāliem, Latvijā ik gadu norisinās vēl aptuveni 3 līdz 5 festivāli, kuru apmeklētība dienā ir ap 1 500 apmeklētājiem. Jāņem vērā, ka darba autors ir ieguvis informāciju tikai par tiem festivāliem, kuri norisinās vairākas dienas, jo tieši šāda veida festivālos darba autors uzskata, ka būtu finansiāli izdevīgi izvietot projekta idejas produkciju.

3.2. Nozares attīstības perspektīvas turpmākajos 3 gados

Lai darba autors varētu veikt secinājumus par nozares attīstības perspektīvām turpmākajos 3 gados, tad darba autors izmantos ekspertu prognozes nākamajiem gadiem par plānoto Latvijas IKP un darba samaksu un izmantojot korelācijas, kas tika apskatītas darba iepriekšējā nodaļā, tiks secināts par iespējamajām nozares attīstības tendencēm. Savukārt, analizējot festivālu nozares attīstību, tiks izmantota masu medijos pieejamā informācija par festivālu apmeklētību un festivālu turpmākajiem darbības plāniem.

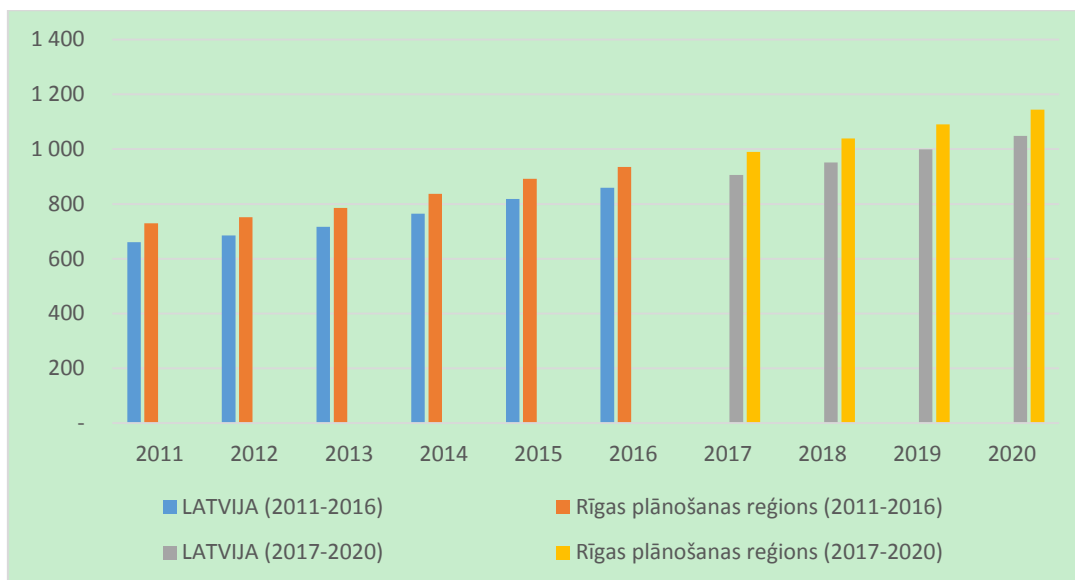


3.5.att. Latvijas IKP no 2014.gada līdz 2016.gadam un Latvijas IKP prognoze no 2017.gada līdz 2020. gadam (tūkst. euro)¹

3.5.att. darba autors ir apkopojis iegūto informāciju no Finanšu Ministrijas interneta mājaslapas par galvenajiem makroekonomiskajiem rādītājiem un to prognozēm nākamajiem gadiem. Darba autors Vēlas vērts uzmanību, ka 3.5.att. ar zilu krāsu ir iezīmēti faktiskie dati, bet ar zaļu krāsu ir iezīmētas Latvijas valdības prognozes nākamajiem gadiem.

Pamatojoties uz iepriekšējā nodaļā apskatītajiem rādītājiem un bāru darbības nozares korelāciju ar Latvijas IKP, darba autors secina, ka arī bāru darbības apgrozījums nākamajos gados pieaugs. Pieaugot bāru darbības apgrozījumam, darba autors uzskata, ka pieaugs arī bāru un nakts klubu apmeklētība, kas savukārt rezultētos tajā, ka vairāk apmeklētāji izmantos projekta produktu. Ņemot vērā iepriekš minēto, darba autors uzskata, ka bāru darbības nozare ir ar attīstības perspektīvām nākamajos gados, kā rezultātā būs pieprasījums pēc projekta produkta.

¹ Galvenie makroekonomiskie rādītāji un prognozes, pieejams - http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas_analize/tautsaimniecibas_analize/galvenie_makroekonomiskie_raditaji_un_prognozes/ (skatīts 12.04.2017)



3.6.att. Vidējā bruto darba samaksa Latvijā un Rīgas plānošanas reģionā no 2011.gada līdz 2016.gadam un prognoze no 2017.gada līdz 2020.gadam (euro)^{1;2}

3.6.att. darba autors ir apkopojis informāciju par vidējo darba samaksu (bruto) gan Latvijā, gan Rīgas plānošanas reģionā (Rīga un Rīgas reģions) no pieejamās informācijas Centrālās statistikas pārvaldes mājaslapā, attēlā iekrāsots zilā un oranžā krāsā, un Finanšu Ministrijas mājaslapā, attēlā iekrāsots pelēkā krāsā. Papildus iegūtajiem datiem, darba autors pamatojoties uz to, ka korelācija starp bruto darba algu Latvijā un Rīgas plānošanas reģionā ir 100%, tad darba autors izmantojot vidējo darba algas attiecību pēdējos piecos gados, aprēķināja arī prognozējamo bruto darba samaksu Rīgas plānošanas reģionā, attēlā iekrāsots dzeltenā krāsā.

Pamatojoties uz to, ka bāru darbības apgrozījumam 2014.gadā bija vērojama anomālija un bāru darbībai bija apgrozījuma būtisks samazinājums, tad darba autors izmantojot ēdināšanas pakalpojuma nozares apgrozījuma datus ir aprēķinājis korelāciju starp vidējām bruto darba samaksām un ēdināšanas pakalpojumu nozares apgrozījumu. Aprēķinātā korelācija ir 92%, šādu korelāciju darba autors uzskatā kā augstu un uzskata, ka šos divus rādītājus ir iespējams skatīt kopīgi paļaujoties uz to, ka ja viens rādītājs mainās, tad mainīsies arī otrs rādītājs. Analizējot 3.6.att. datus, darba autors secina, ka pēc Finanšu Ministrijas prognozēm,

¹ Strādājošo mēneša vidējā darba samaksa Latvijas statistiskajos reģionos (euro), pieejams - http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala_ikgad_dsamaksa/DS0050_euro.px/?rxid=cdecb978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0 (skatīts 12.04.2017)

² Galvenie makroekonomiskie rādītāji un prognozes, pieejams - http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas_analize/tautsaimniecibas_analize/galvenie_makroekonomiskie_raditaji_un_prognozes/ (skatīts 12.04.2017)

darba samaksa nākamajos gados pieaugs vidēji par 5% katru gadu. Pamatojoties uz to, darba autors secina, ka arī bāru darbības apgrozījums nākamajos gados pieaugs.

Paļaujoties uz ekspertu prognozēm gan par Latvijas IKP, gan par bruto darba samaksas pieaugumu nākamajos gados, darba autors ir ieguvis pietiekamu pārliecību par to, ka bāru darbības apgrozījums nākamajos gados turpinās pieaugt, kā rezultātā arī būs pieprasījums pēc projekta produkta.

Analizējot festivālu nozares turpmāko attīstību, darba autors secina, ka nozare ik gadu attīstās un festivālu apmeklētība paliek arvien lielāka. Neskatoties uz to, ka vairāki festivāli jau ir sasnieguši savu maksimālo kapacitāti, citiem festivāliem vēl ir kur augt un meklēt iespējas piesaistīt sev jaunus apmeklētājus. Kā arī, ik gadu festivālu nozarē parādās jauni organizatori, kas vēlas rīkos plaša mēroga festivālus.

Ņemot vērā apkopoto informāciju par festivālu apmeklētību pēdējos gados, darba autors secina, ka festivālu apmeklētība turpinās augt. Pamatojoties uz iegūto informāciju, festivālu apmeklētība nākamajiem trim gadiem būs sekojoša:

- Positivus festivāls – ik gadu 30 000 apmeklētāju dienā, jo ja festivāla organizatori nepalielinās festivāla norises vietas platību, tad šī ir maksimālā kapacitāte;
- Summer Sound festivāls – ik gadu ap 20 000 apmeklētāju dienā, jo festivālam Summer Sound pēdējos gados ir iestājusies stagnācija un festivāls nespēj piesaistīt papildus apmeklētājus, tāpēc prognozējot apmeklētāju skaitu, darba autors ir izvēlējis piesardzības principu;
- Laba Daba – ik gadu 12 000 apmeklētāju dienā, jo pasākuma organizatoru ir nolēmuši ierobežot pasākumu ar maksimālo kapacitāti 12 000 apmeklētāju dienā;
- Pārējie festivāli – ik gadu ap 1 750 apmeklētājiem dienā, jo nelielajiem festivāliem ir tendence ik gadu paplašināties un piesaistīt jaunu apmeklētājus.

3.3. Nozares tiesiskais regulējums (likumi, MK noteikumi, licences, atļaujas utt.)

Īstenojot projekta ideju, darba autoram sākotnēji ir jāņem vērā tiesiskais regulējums Latvijā, lai neizveidotos prettiesiskas darbības uzņēmuma darbībā. Latvijā galvenokārt darbojas Saeimas izdoti likumi un MK noteikumi, kā arī citi tiesību aktu avoti. Ņemot vērā to, ka projekta ideja darbosies nozarē, kas netiek atsevišķi regulēta, tad darba autors apkopos informāciju par likumiem un noteikumiem, kas attiecas uz uzņēmējdarbību kopumā un likumus un noteikumus, kas ir attiecināmi uz projekta idejas produktu.

Likumi, kas tieši attiecas uz uzņēmuma ikdienas darbībām:

1. Komerclikums¹ - Nosaka kas ir komersanti un kas ir komercdarbība;
2. Gada pārskata un konsolidētā gada pārskata likums – likums nosaka - gada pārskata saturu, tā sagatavošanas, revīzijas (pārbaudes), apstiprināšanas, iesniegšanas un publiskošanas kārtību, kā arī gada pārskatā atklājamās informācijas apjomu, atvieglojumus un atbrīvojumus sadalījumā pa sabiedrību kategorijām, konsolidācijā iesaistāmās sabiedrības, atvieglojumus un atbrīvojumus koncerna mātes sabiedrībām, kā arī konsolidētā gada pārskata sagatavošanas, revīzijas (pārbaudes), apstiprināšanas, iesniegšanas un publiskošanas kārtību un par gada pārskata un par konsolidētā gada pārskata sagatavošanu, revīziju (pārbaudi) un iesniegšanu atbildīgo personu²;
3. Likums par grāmatvedību - Likums attiecas uz komersantiem, kooperatīvajām sabiedrībām,... citām juridiskajām un fiziskajām personām, kas veic saimniecisko darbību.³ Likums nosaka kārtību, kādā uzņēmumam jāveic grāmatvedības reģistru kārtošana, inventarizācija, kāds ir kompetences sadalījums grāmatvedībā un atbildību par likuma ievērošanu;
4. Darba likums⁴ - Nosaka darbinieku un darba devēja tiesiskās attiecības: darba līguma vispārīgos principus, darbinieka un darba devēja tiesības un pienākumus, darba samaksas jautājumu regulāciju, darba un atpūtas laiku, darba strīdu izšķiršanas kārtību, darba attiecību izbeigšanas kārtību;
5. Darba aizsardzības likums - Likuma mērķis ir garantēt un uzlabot nodarbināto drošību un veselības aizsardzību darbā, nosakot darba devēju, nodarbināto un viņu pārstāvju, kā arī valsts institūciju pienākumus, tiesības un savstarpējās attiecības darba aizsardzībā⁵;
6. 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, nodokļu un nodevu jautājumos pieņemto lēmumu apstrīdēšanas un pārsūdzēšanas kārtību, kā arī Valsts ieņēmumu dienesta un kredītinformācijas biroja papildu pienākumus fizisko personu datu apstrādē, ja tiek sniegta informācija par fiziskās personas ienākumiem⁶;

¹ LR likumi *Komerclikums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 158/160, 04.05.200 (ar turpmākiem grozījumiem)

² LR likums *Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 222, 12.11.2015

³ LR likums *Par grāmatvedību*. Ziņotājs, Nr. 44/45, 12.11.1992 (ar turpmākiem grozījumiem)

⁴ LR likums *Darba likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 105, 06.07.2001 (ar turpmākiem grozījumiem)

⁵ LR likums *Darba aizsardzības likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 105, 06.07.2001 (ar turpmākiem grozījumiem)

⁶ LR likums *Par nodokļiem un nodevām*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 26, 18.02.1995 (ar turpmākiem grozījumiem)

7. Fizisko personu datu aizsardzības likums - Šā likuma mērķis ir aizsargāt fizisko personu pamattiesības un brīvības, it īpaši privātās dzīves neaizskaramību, attiecībā uz fiziskās personas datu apstrādi¹;

MK noteikumi, kas tieši attiecas uz uzņēmuma ikdienas darbībām:

1. Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma piemērošanas noteikumi² - nosaka kārtību kādā uzņēmums uzskaita, novērtē, uzrāda finanšu gada rezultātus un pēc bilances datuma notikumus;

2. Noteikumi par grāmatvedības kārtošanu un organizāciju - Noteikumi nosaka komersanta, kooperatīvās sabiedrības, ārvalsts komersanta filiāles un nerezidenta (ārvalsts komersanta) pastāvīgās pārstāvniecības, biedrības un nodibinājuma, politiskās organizācijas (partijas) un politisko organizāciju (partiju) apvienības, reliģiskās organizācijas, arodbiedrības, iestādes, kura tiek finansēta no valsts budžeta vai pašvaldību budžeta, valsts vai pašvaldību aģentūras, citas juridiskās un fiziskās personas, kas veic saimniecisko darbību, grāmatvedības kārtošanas un organizācijas prasības³;

3. Nodokļu un citu maksājumu reģistrēšanas elektronisko ierīču un iekārtu lietošanas kārtība⁴ – nosaka kārtību kādā reģistrē un izmanto maksājumu reģistrēšanas elektroniskās ierīces.

Apkopojot tiesiskos regulējumus, kas tieši ietekmētu uzņēmuma darbību, darba autors secina, ka uz uzņēmuma darbību neattiektos specifiski likumi un noteikumi, kas nav lielākajai daļai no uzņēmumiem, kā rezultātā būs vieglāk organizēt uzņēmuma darbību un nepieciešamības gadījumā saņemt konsultācijas no ekspertiem. Likums, kam darba autoram būs nepieciešams pievērst pastiprinātu uzmanību ir fizisko personu datu aizsardzības likums, jo ar šo likumu darba autors pats personīgi nav iepriekš strādājis un projekta idejas realizēšanai šis likums būs ļoti nozīmīgs, jo tiks strādāts ar personas datiem, it īpaši ar bildēm.

¹ LR likums *Fizisko personas datu aizsardzības likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 123/124, 06.04.2000 (ar turpmākiem grozījumiem)

² LR MK noteikumi Nr. 775 *Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma piemērošanas noteikumi*. 2015. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/278844-gada-parskatu-un-konsolideto-gada-parskatu-likuma-piemerosanas-noteikumi> (skatīts 12.04.2017)

³ LR MK noteikumi Nr. 585 *Noteikumi par grāmatvedības kārtošanu un organizāciju*, 2003. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=80418> (skatīts 12.04.2017)

⁴ LR MK noteikumi Nr. 96 *Nodokļu un citu maksājumu reģistrēšanas elektronisko ierīču un iekārtu lietošanas kārtība*, 2014. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=265487> (skatīts 12.04.2017)

4. UZŅĒMUMA DARBĪBAS RAKSTUROJUMS, PRODUKTI, PAKALPOJUMI

Darba autors ir iecerējis, ka uzņēmuma darbība galvenokārt norisināsies ziemā un vasarā. Ziemā uzņēmuma darbība būs vērsta uz bāru un naktsklubu apkalpošanu, savukārt vasarā uzņēmuma darbība būs vērsta uz piedalīšanos festivālos, galvenokārt tajos, kas norisinās vairākas dienas un naktis.

4.1. Uzņēmuma produktu (pakalpojumu) raksturojums

Uzņēmuma sadarbība ar bāriem un nakts klubiem būs saistīta gan ar produkta iznomāšanu, gan ar pakalpojuma nodrošināšanu. Ņemot vērā faktu, ka lielai daļai uzņēmumu jau pašiem ir savi darbinieki, kurus tie nodarbina garderobē un brīžos, kad garderobē nav nepieciešams apkalpot apmeklētājus, tad šie darbinieki veic citus darbus, tad šiem uzņēmumiem darba autors plāno iznomāt projekta produktu. Savukārt, ar bāriem un klubiem, kas vēlētos pilnībā atteikties no papildus darbinieka nodarbināšanas, tiktu slēgta vienošanās par viņu telpas izmantošanu, lai uzņēmums spētu nodrošināt pakalpojumu.

Uzņēmuma darbību festivālos nodrošinātu paši uzņēmuma darbinieki, sniedzot festivāla apmeklētājiem iespēju atpūsties neuztraucoties, ka tie pazaudēs vai kaut kas slikts notiks ar līdzīgi paņemtajām mantām. Papildus mantu uzglabāšanai festivāla laikā, uzņēmums arī nodrošinās mantu nogādāšanu no Rīgas uz festivāla vietu un atpakaļ, tādā veidā atvieglojot festivāla apmeklētājiem nokļūšanu uz festivālu un nokļūšanu mājup. Lai uzņēmums spētu nodrošināt savu pakalpojumu festivālos, tiktu izveidoti speciāli gatavoti stendi, kuri būtu pietiekami droši, lai klientam nebūtu jāuztraucas par to, ka kaut kas slikts varētu notikt ar viņa mantām.

4.1.1. Produkta īpašības, kvalitāte, cena

Projekta produkts tiks izstrādāts tā, lai tas spētu uzlabot garderobju darbību sniedzot pozitīvas iezīmes gan produkta lietotājiem, gan uzņēmuma klientiem. Saistībā ar to, ka galvenā patērētāju grupa tiek plānota, ka būs jauni cilvēki, kuriem nav problēmas ar jaunāko tehnoloģiju apiešanos, tad apiešanās ar produktu viņiem nesagādās problēmas. Kopš patērētājs produktu būs izmantojis vienu reizi, nākamajās lietošanas reizēs patērētājam vairs neradīsies jautājumi par to kā šis produkts ir jāizmanto, jo aplikācijas interfeiss būs patērētājam draudzīgs, bez liekiem sarežģījumiem un papildus opcijām.

Produkts nodrošinās ne tikai jaunas, papildus, īpašības priekš produkta gala patērētājiem, bet arī uzņēmuma klientiem, kuri izmantotu produktu savās telpās. Ņemot vērā faktu, ka produkta bāze ir balstīta uz tehnoloģijām, tad no šīs tehnoloģijas ir iespējams iegūt arī

papildus datus, kas saglabājas datubāzē. No iegūtajiem datiem būs iespējams ģenerēt vairākas atskaites, kas palīdzētu klientu uzņēmumu vadībai plānot dažādus pasākumus un veikt preventīvās darbības, lai uzlabotu sava bāra vai nakts kluba apmeklētību.

Produkta kvalitāte būs augstākā līmenī par pašreiz esošo sistēmu, kāda ir garderobēs. Produkta kvalitāte būs augstākā līmenī, jo tā būs daudz drošāka un neapgrūtinās patērētāju ar numuriņiem, ko ir nepieciešams visu laiku uzmanīt, lai nepazaudētu. Galvenokārt, produkta ieviešana bāros un nakts klubos atvieglos uzturēšanos sievietēm, jo tieši sievietēm bieži rodas situācija, ka nav līdzī somiņa, kur būtu iespējams ielikt garderobē saņemto numuru.

Produkta drošība tiks uzlabota ar to, ka garderobē atstātās mantas netiks izsniegtas jebkurai personai, bet gan tikai tai personai, kas šīs mantas būs atstājis. Garderobes darbiniekam, jeb konsultantam būs viegli izsekot līdzī konkrētai personai, vai tā kas vēlas saņemt mantas, patiešām ir persona, kam pieder mantas, jo reģistrējoties sistēmā, aplikācija uzņems profila bildi ar katru lietotāju un tādā veidā būs iespējams izvairīties no nelāgām situācijām, kad manta tiek atdota nepareizajai personai.

Produkta gala izmantotājiem izmaksas par pakalpojumu saglabātos iepriekšējā līmenī vai nedaudz palielinātos, bet ne tik būtiski, lai klienti būtu neapmierināti ar garderobes izmaksām, savukārt lielākas izmaksas būtu uzņēmuma klientiem, kuru telpās atrastos šī sistēma, bet viņu papildus izmaksas veidotos nevis no pašas garderobes, bet gan no iegūstamajiem datiem, ko projekta produkts spētu noorganizēt. Savukārt, festivālos cena par produkta izmantošanu būtu atkarīga no festivāla ilguma un atstāto mantu kopējā tilpuma, lai patērētājiem nerastos domstarpības par to, ka par atstātu rokassomu būtu jāmaksā tāda pati summa kā par atstātu sporta somu.

4.1.2. Izplatīšanas veidi, apkalpošana

Uzsākot komercdarbību, darba autors vērstos pie potenciālajiem klientiem personiski ierodoties bāros un nakts klubos un cenšoties tikt ar iestādes menedžeri, lai spētu pārliecināt par produktu un šī produkta atrašanos viņu telpās. Ņemot vērā faktu, ka pašreiz Latvijā neviens nepiedāvā neko līdzīgu, tad ar uzrunāšanu caur e-pastu vai telefonu varētu nepietikt un klients vairāk varētu vēlēties, lai produkts tiek arī noprezentēts, lai saprastu cik vienkāršs patiesībā ir produkts un tas nesarežģīs viņu klientiem uzturēšanos, bet gan tieši otrādi, tas atvieglos. Saproto to, ka šāds izplatīšanas veids ir visdarbietilpīgākais un patērē visvairāk laiku, darba autors ar laiku sāktu arī piedāvāt produktu saņemoties un sūtot e-pastus potenciālajiem produkta izmantotājiem, jo tad viņi ļoti iespējams būtu jau paspējuši iepazīties ar produkciju un papildus prezentācija nebūtu nepieciešama.

Lai nodrošinātu produkta darbību, tad atkarībā no noslēgtās vienošanās, apkalpošana tiktu veikta ar trim novirzieniem – produkta apkalpošana, sistēmas apkalpošana un datu apkopošana.

Par produkta apkalpošanu rūpētos vai nu uzņēmuma klients vai arī pats uzņēmums atkarībā no noslēgtās vienošanās. Ja apkalpošanu veiktu pats uzņēmums, tad tiktu piesaistīts papildus darbinieks, kuram būtu pienākums apkalpot konkrēto klientu, atrodoties viņa telpās darba stundās, kad klientam tas būtu nepieciešams, respektīvi, nakts stundās, kas nakts klubos un bāros ir lielākā cilvēku plūsma. Savukārt, ja klients vēlētos izmantot pats savus darbiniekus, tad šiem darbiniekiem tiktu parādīts kā darbojas sistēma un kā ar to pareizi apieties.

Savukārt pašas sistēmas apkalpošanu nodrošinātu tas uzņēmums, kurš šo programmatūru būs izstrādājis, jo viņiem būtu visvieglāk orientēties šajā programmatūrā un kļūdu gadījumā būtu iespējams vieglāk tās novērst. Ņemot vērā to, ka intensīvākā programmatūras izmantošana notiktu nakts stundās, tad izvēloties programmas izstrādātāju, tiktu pievērsta uzmanība arī tam vai šis uzņēmums nodrošina nepārtrauktu sistēmas atbalstu. Savukārt, lai uzņēmuma klienti spētu izmantot iegūtos datus, tos būtu nepieciešams arī kaut kur uzglabāt un šo funkciju arī ir paredzēts ka nodrošinās tas pats uzņēmums, kurš izstrādās programmatūru un to uzturēs.

Ņemot vērā faktu, ka viens no lielākajiem ieguvumiem uzņēmuma klientiem būs iegūtie dati, tad šie dati klientam regulāri tiks nodoti apstrādāti vai neapstrādāti, atkarībā no noslēgtās vienošanās. Ja klients vēlētos neapstrādātus datus, tad iegūtie dati viņam katru dienu vai nedēļu būtu pieejami speciāli izveidotā mākoņu datubāzē. Šos datus uzņēmuma klienti varētu izmantot pēc saviem ieskatiem un vēlmēm. Savukārt, ja uzņēmuma klienti vēlētos apstrādātus datus, tad to darītu pats uzņēmums. Klientu dati tiktu apstrādāti atkarībā no klientu vēlmēm par to, ko viņš no šiem datiem vēlēties iegūt – apmeklētāju plūsmu, struktūru, uzturēšanās ilgumu, u.c.

4.2. Izejvielu un materiālu īss raksturojums, piegādātāji

Ņemot vērā faktu, ka darba autors dibinot uzņēmumu plāno to arī reģistrēt kā PVN maksātāju, tad lai akurātāk tiktu uzrādītas izmaksas, tās tiks uzrādītas neto vērtība, nepieskaitot PVN.

Pirms uzņēmums varētu sākt darboties, tam būs nepieciešams izstrādāt sistēmu, uz kuras bāzes arī tiktu sniegts pakalpojums. Lai izstrādātu sistēmu, darba autors ir apzinājis vairākus IT uzņēmumus par iespējamajām programmatūras izmaksām un noskaidrojis, ka cenas svārstās no 5 000 EUR līdz aptuveni 30 000 EUR. Ņemot vērā saņemtās atbildes, darba autors secina, ka projektam nepieciešamās sistēmas izmaksas vidēji varētu būt no 13 000 līdz 18 000 EUR. Izvērtējot visas saņemtās atbildes, darba autors ir secinājis, ka vislabāk būtu sadarboties ar SIA

Efumo SSC, jo šis uzņēmums arī nodrošinātu apkalpošanu, servera pakalpojumus un uzņēmumam ir pietiekami liela pieredze IT jomā. Šis uzņēmums sniegtajā atbildē apgalvoja, ka nepieciešamās sistēmas izmaksas pie viņiem izmaksātu no 10 000 līdz 15 000 EUR. Pieņemot, ka ne vienmēr izdodas realizēt projektu ar zemākajām izmaksām un ka parasti rodas vēl papildus izmaksas un sarežģījumi, tad darba autors turpmākajā projekta izstrādes stadijā pieņems, ka programmatūras izstrāde izmaksās 15 000 EUR.

Lai produkts spētu darboties, tad būs nepieciešams izveidot arī kiosku. Kiosks galvenokārt sastāvētu no planšetdatora un statīva. Lai izveidotais kiosks būtu piemērojams jebkurai vietai, tad izmantotais statīvs būtu neliels ar iespējamu piestiprināt pie galda virsmas.

Planšetdatoru iegāde būtu atkarīga no IT uzņēmuma ieteikumiem par nepieciešamajiem parametriem planšetdatoram, lai tas pilnvērtīgi spētu nodrošināt aplikācijas darbību, bet tā pavisam noteikti būs veidota uz Android bāzes, līdz ar to planšetdatoru cena, kas tiks iegādāti, svārstīsies no 125 EUR līdz 165 EUR. Darba autors ir izvērtējis pieejamo planšetdatoru klāstu šajā cenu kategorijā un uzskata, ka ir pietiekami labas izvēles iespējas, kuras atbildīs nepieciešamajām specifikācijām. Darba autors uzskata, ka viens no piemērotākajiem planšetdatoriem būtu Huawei MediaPad T1 10 Wi-Fi, kuru ir iespējams iegādāties no interneta veikal 220.lv par 140 EUR/gab.¹

Statīvs, kurš tiktu pasūtīts, būs stiprināms pie galda ar vakuuma principu, līdzīgi kā tas tiek stiprināts pie automašīnas vējstikla. Šādā veidā nebūs jāuztraucas par to, ka kādā vietā nebūs iespējams uzstādīt kiosku, kā arī tas būs piestiprināts un nebūs jāuztraucas par to, ka kāds nejauši var nogāzt statīvu ar planšetdatoru pie zemes. No iespējamajiem piedāvājumiem, vispiemērotākais uzņēmuma darbībai būtu 1A.lv internetveikala piedāvātais statīvs ACME MH03 UNIVERSAL SIZE CAR HOLDER, kura vienas vienības izmaksas ir 15 EUR.²

Kioska uzstādīšanai galvenokārt tiks izmantota klienta garderobes lete vai galds, savukārt, vietās, kur nebūs pieejams galds vai lete, kur uzstādīt kiosku, tiktu izmantots uzņēmuma stends. Ja tiktu izmantota lete, tad pie šī galda papildus vēl tiktu piestiprināts PVC baneris ar uzņēmuma logotipu un pamācību kā lietot produktu. Uzņēmums 24Print piedāvā izgatavot šāda veida PVC banerus un viena šāda banera izmaksas ir 15 EUR.³ Savukārt, ja tiktu izmantots uzņēmuma stends, tad papildus baneris nebūtu nepieciešams, jo stends tiktu pasūtīts

¹ Huawei MediaPad T1 10 Wi-Fi <http://220.lv/lv/plansetdatori/plansetdatori/plansetdators-huawei-mediapad-t1-10-wi-fi?id=1268280> (skatīts 17.05.2017)

² ACME MH03 UNIVERSAL SIZE CAR HOLDER http://www.1a.lv/telefoni_plansetdatori/plansetdatori_elasitaji_aksesuari/citi_aksesuari_plansetdatoriem/acme_mh03_universal_size_car_holder (skatīts 17.05.2017)

³ Lielformāta PVC baneru druka <http://24printing.lv/lielformata-druka/druka-uz-pvc-banera/> (skatīts 17.05.2017)

ar apdruku. Viena stenda izmaksas, pasūtot to no uzņēmuma MixMax, būtu 250 EUR¹, bet ņemot vērā to, ka pa piedaloties festivālos jebkurā gadījumā būtu nepieciešams iegādāties stendu, tad šī summa darba autoram ir pieņemama.

Lai nodrošinātu pēc iespējas lielāku klientu informētību ar produktu pirms tas tiek izmantots, tad katrā kioska atrašanās vietā tiktu izvietots arī reklāmas stends ar izmēriem 60x160cm. Uz šī stenda tiktu izveidota infografika par to, kā notiek pirmreizēja reģistrēšanās, mantu nodošana un saņemšana. Viena reklāmas stenda izmaksas pasūtot to no uzņēmuma MixMax, būtu 35 EUR.²

Priekš garderobes darbības nodrošināšanas uzņēmumam būs nepieciešams iegādāties drēbju pakaramos un uz tiem uzlīmēt QR kodus ar numuriem. Drēbju pakaramie tiktu iegādāti interneta veikalā skards.lv un viena drēbju pakaramā izmaksas būtu 0,50 EUR.³ Papildus priekš pakaramajiem vēl būtu nepieciešams iegādāties uzlīmes ar numuriem un QR kodiem. Šādu uzlīmju izgatavošana izmaksātu 6 EUR par 1000 gab. Savukārt priekš uzņēmuma darbības nodrošināšanas festivālos, būtu nepieciešamas arī tādas uzlīmes, ar kurām būtu iespējams piešķirt unikālo numuru somām un citām mantām. Priekš šāda veida mantām tiktu izmantotas tādas pašas uzlīmes, kādas tiek izmantotas autobusu un lidmašīnu bagāžai. Šāda veida uzlīmju izmaksas būtu 30 EUR par 500 gab.

Lai uzņēmums spētu nodrošināt pilnvērtīgu darbību festivālu laikā, tad uz katra festivāla laiku uzņēmums iznomās telti, kurā uzglabās apmeklētāju mantas. Darba autors uzskata, ka piemērotākie telts izmēri šāda veida darbībai būtu telts ar izmēriem 5m*5m*2,4m un šādas telts noma uz festivāliem izmaksātu 100 EUR dienā,⁴ ja telts tiktu pasūtīta no SIA Telts Pasākumiem. Savukārt, lai teltī būtu kur novietot mantas, uzņēmums pasūtītu plauktus no Noliktavu Pasaule ar kopējo garumu 6,10m, ar vienas sekcijas garumu 1,29m, augstumu 2,30m un dziļumu 0,40m. Šādu plauktu kopējās izmaksas būtu 274 EUR.⁵ Lai nodrošinātos pret situācijām, kad klients vēlas atstāt vairākas maza izmēra mantas un viņam nav somas, kurā tās visas salikt, tad uzņēmums iegādāsies dažāda izmēra glabāšanas kastes no interneta veikala 220.lv.

¹ Saliekams galdiņš ELYPSE <http://www.mixmax.lv/product/saliekams-galdins-elypse/> (skatīts 17.05.2017)

² Reklāmas stends – X – Baner ar druku <http://www.mixmax.lv/product/reklamas-stends-x-baner-2/> (skatīts 17.05.2017)

³ Pakaramais drēbju plastmasas 47x5.5cm melns 2000509449933 WG-47 PS CZ <http://www.skards.lv/p/pakaramais-drebju-plastmasas-47x5-5cm-melns-2000509449933-wg-47pscz> (skatīts 17.05.2017)

⁴ Telts 5m x 5m <http://teltispasakumiem.lv/telts-noma-5mx5m.html> (skatīts 17.05.2017)

⁵ Cinkoti plaukti, plauktu sistēma HI 280 <http://noliktavupasaule.lv/cinkoti-plaukti/> (skatīts 17.05.2017)

5. MĀRKETINGS

Mārketinga uzdevums ir noskaidrot, kas klientam ir vajadzīgs un to viņam piegādāt.¹ Vadoties pēc iepriekš citētā teikuma, darba autors arī veidos sadaļu par mārketingu, lai noskaidrotu, vai projekta produkts ir nepieciešams klientiem.

5.1. Uzņēmuma ražojamo produktu (pakalpojumu) būtiskāko noieta tirgu izpēte

Ņemot vērā to, ka projekta produktam nav atsevišķi attīstījusies nozare, kurai būtu iespējams iegūt statistikas datus, tad analizējot nozari, tika analizēts produkta noieta tirgus. Sakarā ar iepriekš minēto, noieta tirgus izpēte ir veikta darba trešajā nodaļā.

5.2. Uzņēmuma klientu analīze

Darba autors uzskata, ka galvenais uz ko uzņēmumam ir jākoncentrējas, ir klientu apmierinātība ar produktu, nevis maksimālās īstermiņa peļņa, jo spējot sniegt klientiem kvalitatīvu pakalpojumu, tie labprāt atgriezīsies pie uzņēmuma. Savukārt, sniedzot ne tik kvalitatīvu pakalpojumu, izmantojot sliktas kvalitātes materiālus un neprofesionālu personālu, tas turpmāk vēlēšies izvairīties no uzņēmuma.

5.2.1. Patērētāju grupējums, lielums, to teritoriālais izvietojums

Darba autors plāno projekta produktu sniegt gan nakts klubiem un bāriem, gan festivālu apmeklētājiem, tāpēc šīs divas kategorijas būtu nepieciešams atdalīt vienu no otras un skatīt atsevišķi.

Nakts klubi un bāri ar kuriem uzņēmums censtos sadarboties būtu tādi, kas ir bāzēti Rīgā, centra rajonā, ar lielu apmeklētāju ietilpību un kurus apmeklē, galvenokārt, jauni cilvēki kuriem jaunākās tehnoloģijas nav svešas. Darba autors uzskata, ka pieci piemērotākie klubi ar kuriem uzņēmumam būtu finansiāli izdevīgi sadarboties ir klubi – Piens, Coyote Fly, Just bar, Rokkafejnīca un Mai Tai. Šie klubi ir ļoti labi apmeklēti un nakts stundās galvenokārt ir pilni ar apmeklētājiem, kas būtiski uzlabotu projekta iespējas gūt ieņēmumus. Darba autoram neizdevās sazināties ar nevienu no nakts klubu pārstāvjiem, lai noskaidrotu precīzu apmeklētāju plūsmu ziemas mēnešos, pēc kā būtu iespējams precīzāk secināt par iespējamo projekta klientu skaitu. Pēc darba autora uzskatiem, katrs no šiem nakts klubiem vienas nakts laikā apkalpo

¹ **Moriss M.**, *Veiksmīga biznesa sākums*. SIA "Multineo", Rīga 2008, 279 lpp.

vairākus simtus indivīdus, jo nereti apmeklētāji vienā vietā uzturas dažas stundas un tad dodas uz citu nakts klubu vai bāru, kas nodrošina apmeklētāju apgrozību.

Uzņēmums uzsākot darbību, sākotnēji izvēlētos piedalīties tādos festivālos, kuri norisinās vairākas dienas un ir plaši apmeklēti, tāpēc darbības pirmajos gados tiktu izvēlēti tādi festivāli, kā Positivus, Summer Sound, Laba daba un Playground, kā arī darba autors neizslēdz iespēju par sava produkta piedāvāšanu festivālam Weekend, kurš norisinās Igaunijā un pēdējo gadu laikā gūst arvien lielāku popularitāti. Festivālu apmeklētāju grupas ir ļoti dažādas, sākot ar pusaudžiem, kas festivālu apmeklē dienas laikā, studentiem un vecāku gada gājuma apmeklētājiem, savukārt, lielākā daļa no šiem apmeklētājiem ir vecuma grupā no 20 – 35 gadiem, pēc kā darba autors secina, ka lielākajai daļai no apmeklētājiem nebūtu sarežģījumu izmantot projekta sniegto pakalpojumu. Kopējā visu četru festivālu apmeklētība pa visām festivāla dienām ir aptuveni 125 – 130 tūkstoši apmeklētāju. Festivālu norises vietas ir dažādās Latvijas pilsētās, sākot no Liepājas un beidzot ar Salacgrīvu, bet ņemot vērā ka uz to ierodas apmeklētāji no visas Latvijas un ne tikai, tad vietas nozīmei nav tik liela nozīme un jo mazāk apmeklētāji dzīvo festivāla norises vietas tuvumā, jo labāk uzņēmumam, jo apmeklētājiem būs līdzīgi vairāk mantas, kuras vēlēšies atstāt drošā vietā un izmantos uzņēmuma sniegtos pakalpojumus.

5.2.2. Svarīgāko pastāvīgo klientu uzskaitījums

Uzņēmums sniegs pakalpojumu dažādās vietās sadarbojoties ar sadarbības partneriem, kā rezultātā uzņēmuma klientu loks būs plašs un priekš uzņēmuma netiks veikts atsevišķs patstāvīgo klientu uzskaitījums, savukārt, ja uzņēmuma sadarbības partneri vēlēšies tad tāds tiks veikts priekš viņiem un uzņēmums apkopos šos datus.

Uzņēmuma sadarbības partneriem būs iespēja iegūt datus par to klientiem un būs iespēja patstāvīgajiem klientiem piešķirt arī papildus atlaides vai cita veida labumus, kas varētu izpausties tā, ka klientam nebūtu jāmaksā par garderobes pakalpojumiem, tam tiktu piešķirta atlaide dzērieniem vai piešķirts VIP statuss atkarībā no apmeklētības biežuma u.tml., tādā veidā veicinot sava nakts kluba vai bāra apmeklētību.

5.3. Uzņēmuma svarīgākie konkurenti, to tirgus daļas un attīstības prognozes

Nakts klubu un bāru nozarē lielākie uzņēmuma konkurenti būtu tā potenciālie sadarbības partneri, jo pašreiz viņi paši nodrošina garderobes pakalpojumus savās telpās. Lai būtu iespējams izveidot sadarbību ar šiem nakts klubiem un bāriem, uzņēmuma vadībai būs

jāpārlicina ar produkta ieviešanas pievienoto vērtību, ko iegūs gan nakts klubs, gan tā apmeklētājs. Vissvarīgāk uzņēmumam būs izvēlēties pirmo sadarbības partneri ar kuru sadarboties, jo tas noteiks kā uzņēmumam veiksies tā pirmajā sezonā un kādas būs atsauksmes no gala produkta patērētājiem. Iegūstot pozitīvas atsauksmes gan no sadarbības partnera, gan no gala patērētājiem, uzņēmumam būs vieglāk izplesties un uzsākt savu darbību arī citās vietās.

Festivālu norises vietās pēdējo gadu laikā savu darbību ir uzsācis uzņēmums SIA A.V.Noma, kas nodrošina mantu glabātuvī ar 600 skapīšiem. Uz doto brīdi šis ir vienīgais uzņēmums, kurš nodrošina mantu glabātuvī festivālu laikā. SIA A.V.Noma savu darbību uzsāka 2014.gada aprīlī un 2014.gadā strādājis ar 2 794 EUR lielu apgrozījumu, savukārt 2015. un 2016. gadā ir strādājis ar respektīvi 5 359 EUR un 5 833 EUR lielu apgrozījumu. Sākot jau no otrā darbības gada uzņēmuma pašu kapitāls ir negatīvs, kā arī uzņēmuma likviditātes koeficients ir zem 1, kas liecina, ka uzņēmumam var rasties grūtības norēķināties par savām saistībām. Kā arī, uzņēmuma maksājumi valsts budžetā 2015.gadā bija 1 790 EUR, savukārt 2016.gadā tie būtiski samazinājās un bija tikai 360 EUR, kas liecina par to, ka vai nu uzņēmumam ir grūtības un tas vairs nealgo darbiniekus vai arī uzņēmumā ir nelegāli nodarbināti darbinieki.

SIA A.V.Noma mantu glabātuves princips ir tāds, ka katram skapītim ir uzstādīta sava koda atslēga un klientam izvēloties atstāt savas mantas, ir jāievada paša izvēlēts 4 ciparu kods ar kuru vēlāk būs iespējams arī atvērt savu skapīti. Pēc darba autora domām, šāds process ir ar lielu risku, jo klients var ievadīt ļoti vieglu kodu, ar domu lai neaizmirstu, kā rezultātā kāds var mēģināt uzlauzt skapīšus izmēģinot ierastākos kodus – 0000, 1234, 4321, u.c. vai arī var no malas ievērot klienta ievadīto 4 ciparu kodu un vēlāk izmantojot šo kodu no skapīša izņemt, jeb nozagt, mantas. Kā arī klientam izņemot savas mantas no skapīša, tas var aizvērt skapīša durtiņas tā, ka cits klients vēloties atstāt savas mantas nespēs ievērot vai kāds skapītis ir atbrīvojies vai nav, kā rezultātā uzņēmums zaudēs potenciālos ienākumus.

5.4. Uzņēmuma konkurētspējas analīze

Lai darba autors spētu secināt par to, vai uzņēmums ir konkurētspējīgs, vai arī nē, tam ir nepieciešams izanalizēt vairākus darbības aspektus. Viens no galvenajiem aspektiem, tai pat laikā riskantākajiem, ir specifiskas tirgus nišas analīze, jo tas nozīmē ka produkts vēl joprojām nav pārbaudīts un produkts var nedot plānoto atdevi, bet tai pat laikā nedrīkst aizmirst par tādām ierastām lietām, kā produkta cena, kvalitāte un apkalpošana.

5.4.1. Uzņēmuma produkta vieta tirgū

Pirms uzņēmums ir uzsācis aktīvu pakalpojumu sniegšanu, ir grūti prognozēt, kāda tieši būs produkta vieta tirgū, bet tai pat laikā, pamatojoties uz to, ka projekta produkts ir neatņemama sastāvdaļa naktsklubu un bāru darbībā ziemas periodā, tad pierādot produkta priekšrocības, produkts spētu ieņemt nozīmīgu vietu tirgū. Nozīmīgu vietu tirgū uzņēmums ieņemtu, jo sākotnēji būtu vienīgais uzņēmums, kurš vienlaikus apkalpo vairākas vietas, kur nodrošina garderobes darbību. Darba autors neizslēdz iespēju, ka uzņēmumam strādājot ar peļņu, tam parādītos arī konkurenti ar līdzīgu biznesa modeli un censtos iegūt savu daļu no kopējā tirgus.

5.4.2. Cena

Produkta cenas noteikšanai darba autors izmantoja savas personīgās zināšanas par to, kādas ir vidējās garderobes pakalpojuma cenas Rīgas naktsklubos un izvērtējot šo informāciju kopā ar citiem ietekmējošajiem faktoriem izsecinājis, kāda būs produkta cena.

Garderobes pakalpojuma cenas Rīgas naktsklubos svārstās no 0 – 5 EUR, kas ir atkarīga no tā vai papildus vēl ir jāmaksā par ieeju naktsklubā un vai vispār kaut kas ir jāmaksā, lai tiktu ielaisti naktsklubā, bet lielākajā daļā no naktsklubiem garderobes pakalpojumu maksa ir 1 EUR. Uzņēmumam izvēloties kādu samaksu piemērot, ir jāņem vērā cena, pie kādas lielākā daļa apmeklētāju ir pieradusi, kā arī fakts, ka uzņēmums piedāvās inovatīvu produktu un no šī produkta būs iespējams iegūt arī papildus pievienoto vērtību. Ņemot vērā iepriekš minēto, darba autors uzskata, ka vispiemērotākā maksa par pakalpojumu būtu 2 EUR, tai skaitā PVN. Maksa 2 EUR par pakalpojumu ir piemērota arī dēļ tā, ka tā ir veselos euro un klientam būtu viegli norēķināties, kā arī tā nav būtiski augstāka par iepriekš ierasto maksu par pakalpojumu.

Savukārt maksa par produkta izmantošanu festivāla laikā atšķirtos no maksas, kas būtu naktsklubos un bāros. Festivālu norises vietās maksa par pakalpojumu būtu augstāka, jo uzņēmumam būs papildus izmaksas par festivāla vietas un telts nomu. Pirmajos darbības gados pakalpojuma maksa būtu 3 EUR uz diennakti, tādā veidā piesaistot pēc iespējas vairāk klientu, bet turpmākajos darbības gados maksa par pakalpojumu tiktu izskatīta atkarībā no tirgus situācijas un apkalpoto klientu skaitu iepriekšējos periodos.

5.4.3. Kvalitāte

Projekta produkts nodrošinās to, ka tiks fiksēta persona, kas nodod mantas un tiks arī fiksēta šīs mantas vizuālais tēls, kas būs apskatāms aplikācijā, savukārt, ierastajā procesā klients nodod savas mantas un pretim saņem numuriņu, kas viņam ir jāuzglabā līdz mantu atgūšanai. Viena no projekta produkta priekšrocībām būs tā, ka tā neapgrūtinās klientu ar liekām mantām,

ko ir iespējams pazaudēt, šajā gadījumā numuru un neveidosies situācijas, kad šis numurs tiek pazaudēts, un tad klientam ir jācenšas ieskaidrot garderobes darbiniekam, kuras ir viņa mantas, jācenšas tas kaut kādā veidā pierādīt un jāsamaksā soda nauda par nozaudēto numuru. Turpretim, projekta produkts izslēgs visas šīs nepatīkamās situācijas, tādā veidā uzlabojot klienta uzturēšanās laiku katrā vietā.

5.4.4. Apkalpošana

Projekta produkta apkalpošanas princips lielā mērā neatšķirtos no jau esošās apkalpošanas. Abos gadījumos klientam pretim būtu konsultants, kurš pieņem no klienta mantas un kurš arī tās izsniedz. Vienīgā atšķirība abiem procesiem būs tā, ka vienā klients saņem pakaramā numuriņu, bet otrā tam ir jāielogojas savā profilā un jāapstiprina mantas nodošana-saņemšana.

5.4.5. Atrašanās vieta

Uzņēmuma sākuma stadijā tas neirēs papildus telpas, kurās atrastos uzņēmuma birojs, bet gan visi administrācijas darbi tiks veikti no uzņēmuma dibinātāja dzīvesvietas. Galvenie klienti būs naktsklubi un bāri, kas nozīmē, ka arī vislabākās tikšanās vietas ar potenciālajiem sadarbības partneriem būs viņu naktsklubs, kur vislabāk būs izrunāt projekta nianšes. Savukārt, visa pārējā saziņa un jaunu klientu meklēšana notiktu izmantojot komunikāciju ierīces – telefonus un e-pastus, kā rezultātā to ir iespējams darīt no jebkuras vietas un atsevišķas biroja telpas tam nav nepieciešamas.

5.4.6. SVID analīze

SVID analīze ir uzņēmuma Stiprā, Vājā, Iespēju un Draudu analīze. Šis modelis ļauj uzņēmumiem ātri identificēt iekšējos faktoros, kas ir saistīti ar iekšējām funkcijām, un ārējos faktoros, kurus ietekmē vide kurā uzņēmums darbojas.¹ Stiprās un vājās puses galvenokārt tiek uzskatītas par iekšējo faktoru un norādīs uz to, kam ir nepieciešams pievērst uzmanību, lai veiksmīgi vadītu uzņēmumu, savukārt, iespējas un draudi, galvenokārt, tiek uzskatīti par ārējiem faktoriem.² Stiprās un vājās puses ir iekšējais faktors, jo veidojot SVID analīzi, būtu nepieciešams izvērtēt, ko uzņēmuma vadība vai tās darbinieki zina par produktu, kāda tiem ir iepriekšējā pieredze u.tml. Ja uzņēmuma vadītājam ir bijusi iepriekšēja pieredze uzņēmuma vai

¹ Seth C., *SWOT analysis*, Belgium, Namur: 50minutes.com, 2015, p 5

² U.S. Department of Agriculture, *SWOT Analysis: A Tool for Making Better Business Decisions*, Risk Management Agency, 2008, p 2

komandas vadīšanā, tad tā būs uzskatāma par stipro pusi, savukārt, ja šādas pieredzes nav, tad to var uzskatīt par uzņēmuma vājo pusi. Iespējas un draudi ir ārējie faktori, jo šos faktoros uzņēmumam nav iespējams kontrolēt un uzņēmumam ir jāpaļaujas uz citu institūciju pieņemtajiem lēmumiem. Piemēram, likuma regulējumi, nodokļu likmes vai aizņēmumu procentu likmes.

5.5.Tabula

Uzņēmuma SIA “HANG IT UP” SVID analīze 2017.gadā

Stiprās puses	Vājās puses
<ul style="list-style-type: none"> • Uzņēmuma vadītājam ir iepriekšēja pieredze komandas vadīšanā; • Uzņēmuma vadītājs, lielākoties, pats veiks visus nepieciešamos darbus; • Uzņēmuma vadītāja ģimenē būtu arī citi ienākuma avoti, tāpēc ienākumus būtu iespējams atstāt uzņēmumā un reinvestēt attīstībā; • Uzņēmuma vadītājam ir profesionālā bakalaura grāds ekonomikā un studē profesionālā maģistra programmā Finanšu ekonomika; • Pieejams darba spēks periodos, kad tas būtu nepieciešams, jo sākotnēji iespēja tiktu piedāvāta studentiem; 	<ul style="list-style-type: none"> • Jauns uzņēmums, kuru neviens nezina; • Inovācija, kas vēl nav pārbaudīta; • Potenciālie klienti ir arī uzņēmuma konkurenti; • Uzņēmuma vadībai nav iepriekšējas pieredzes nozarē;
Iespējas	Draudi
<ul style="list-style-type: none"> • Lielākā daļa potenciālo klientu atrodas tuvu viens otram un ātri uzzinātu atsauksmes par produktu; • Kļūt par pirmo uzņēmumu, kurš nodrošina garderobes pakalpojumus vairākās vietās; • Izdevīgi aizņēmumu procenti izmantojot Attīstības Finanšu Institūcijas sniegtās iespējas; 	<ul style="list-style-type: none"> • Nodokļu slogs; • Tīrgū var parādīties vēl kāds, kurš piedāvās līdzīgu produktu;

5.1. tabulā Apkopojot informāciju par uzņēmuma stiprajām un vājajām pusēm, iespējām un draudiem, darba autors secina, ka uzņēmumam ir vairāk stiprās puses un iespējas, nekā vājās puses un draudi. Ņemot vērā apkopoto informāciju, darba autors zinās, kam ir jāpievērš pastiprināta uzmanība, lai vājās puses tiktu minimizētas iespēju robežās un tās neradītu sarežģījumus uzņēmumam. Kā arī uzņēmumam būtu nepieciešams maksimāli izmantot tā iespējas, lai pēc iespējas ātrāk spētu attīstīties un nostiprināt savas pozīcijas tirgū, gadījumam, ja parādās konkurents ar līdzīgu biznesa modeli un projektu. Lai minimizētu nodokļa slogu, uzņēmuma vadībai būs nepieciešams sekot līdz nodokļa izmaiņām un izvēlēties uzņēmumam izdevīgāko juridisko formu.

5.6. Uzņēmuma mārketinga stratēģijas raksturojums

Mārketinga pētījumi ir nepieciešami jebkuram uzņēmumam, arī tam, kas tirgū ienācis pavisam nesen. Ar pētījumu palīdzību var iegūt vitāli svarīgu informāciju, kas būs ļoti nozīmīga jūsu uzņēmuma tālākās mārketinga stratēģijas izstrādē. Mārketinga pētījumi jums sniegs atbildi uz galvenajiem jautājumiem: Ko? Kas? Kad? Kur? Cik?

Svarīgākās mārketinga aktivitātes:

- Reklāma - informācijas nodošanas veids uzmanības piesaistīšanai, intereses radīšanai, pasākumi jūsu uzņēmuma un tā produkcijas popularizēšanai;
- Pārdošanas veicināšana – paņēmieni kopums pārdoto preču un pakalpojumu apjoma palielināšanai un klientu piesaistīšanai īslaicīgā laika periodā;
- Sabiedriskās domas veidošana jeb publicitāte – netiešā reklāma, kas veido labvēlīgu sabiedrības attieksmi pret jūsu uzņēmuma precēm un pakalpojumiem;
- Tiešā pārdošana – personīgs kontakts ar klientu, kas ļauj precīzāk noskaidrot tā vajadzības un vēlmes, tādējādi ļaujot jums ātrāk pilnveidot savu piedāvājumu.

Reklāmai jāspēj piesaistīt patērētāja uzmanību, jāspēj to noturēt, kā arī noturēt klienta interesi par piedāvāto pakalpojumu. Reklāmai jābūt vienkāršai, oriģinālai, pievilcīgai, atkārtojamai un realizētai piemērotajā laikā un vietā. Izšķir vairākus reklāmas veidus:

- Pēc satura (komercireklāma, sociālā, politiskā);
- Pēc atveramās teritorijas (starptautiskā, nacionālā, reģionālā, vietējā);
- Pēc izplatīšanas kanāliem (avīzes, televīzija, žurnāli, radio, vide, katalogi, kono, internets, bukleti, iepakojums un citi kanāli).¹

¹ V. Praude. *Mārketinga. 2. grāmata. Teorija un prakse, trešais pārstrādātais un papildinātais izdevums*, Rīga: Burtene, 2012, 228. lpp

Uzņēmuma pirmajos trijos darbības gados uzņēmums izveidos reklāmas standus ar uzņēmuma logotipu un infografiku par produkta darbību, kas būs novietoti tieši blakus uzņēmuma darbības vietai, tādā veidā jau laicīgi nododot klientiem informāciju par produktu un tā izmantošanu. Kā arī, uzņēmuma darbības sākumā tiks izveidota arī uzņēmuma lapa interneta vietnē facebook.com, caur kuriem notiks saziņa ar potenciālajiem klientiem, tiks paziņots par uzņēmuma atrašanās vietām u.c. klientiem nepieciešamā informācija.

6. PROJEKTA FINANŠU PLĀNS

Pirms izveidot uzņēmumu un sākt savu uzņēmējdarbību, uzņēmuma dibinātājam ir nepieciešams veikt aprēķinus, lai varētu saprast, vai uzņēmums būs dzīvot spējīgs vai arī nē. Veicot šos aprēķinus, dibinātājam būtu nepieciešams ņemt vērā pēc iespējas vairāk aspektus, kas varētu ietekmēt uzņēmuma darbību, kas varētu nest papildus ienākumus un kas papildus izdevumus. Nenoliedzami, pirms finanšu plāna izstrādes, dibinātājam būtu nepieciešams arī izstrādāt pamatnostādnes uz kā arī balstīsies finanšu prognoze.

6.1. Pieņēmumi, uz kuriem balstīta finanšu prognoze

Par prognozēšanu sauc gaidāmo nākotnes notikumu paredzēšanu. Prognoze izsaka pieņēmumus par nākotnes notikumu attīstību ar zināmu varbūtību. Savukārt pieņēmumi ir atkarīgi no pieņēmumiem par faktoru attīstību, kuri ietekmēs prognozi perioda beigū daļā. Pēc būtības plānošana nosaka, kam ir jābūt, turpretī prognožu uzdevums ir tikai konstatējums, kas ir iespējams.¹

Nemot vērā to, ka plānotā produkta ieviešana mainīs nozari un veidu, kā darbojas šī nozare, tad darba autoram savos pieņēmumos veicot finanšu plūsmas plānošanu ir jābūt piesardzīgam un nedrīkst pieņemt, ka visi izmantos šo produktu.

Galvenie pamat radītāji, uz ko koncentrēsies darba autors ir:

- Valsts nodokļu politika;
- Aizņemtā kapitāls;
- Nakts klubu un bāru apmeklētība;
- Festivālu apmeklētība;
- Tirgus cenas gan pamatlīdzekļiem, materiāliem, telpu nomai un komunālajiem maksājumiem;
- Projekta produkta cenas politika.

Šos rādītājus darba autors uzskata par vieni no svarīgākajiem uzsākot uzņēmējdarbību un plānojot finanšu plūsmu, jo lielākā daļa no atlikušajiem izdevumiem un ieņēmumiem var rasties neplānoti un to nav iespējams prognozēt.

Valsts nodokļu politika valstī tiek mainīta salīdzinoši bieži, tāpēc tai ir nepieciešams pievērst pastiprinātu uzmanību un iepazīties arī ar plānotajām nodokļu izmaiņām, jo plānojot finanses turpmākajiem gadiem, ir nepieciešams ņemt vērā nodokļus, kādi būs uz to brīdi. Uz

¹ **Diderihs H.** *Uzņēmuma ekonomika*. Rīga: Zinātne, 2000. 66 lp

doto brīdi Latvijā ir noteikti 15 nodokļi, kurus uzliek saskaņā ar konkrētā nodokļa likumu. No šiem 15 nodokļiem, uz uzņēmumu attieksies 4 nodokļi:

- Uzņēmuma ienākuma nodoklis – nodokļa likme ir 15% no peļņas pirms nodokļiem un nodevām, bet tiek izskatītas nodokļu reformas, kas sevī ietver UIN izmaiņas. Ja tiks pieņemtas pašreiz plānotās izmaiņas, tad kopš 2018.gada UIN būs 0% reinvestētajai peļņai un 20% peļņai, kas tiks sadalīta dividendēs.
- Iedzīvotāju ienākuma nodoklis – nodokļa likme ir 23% no bruto darba algas atskaitot VSAOI un ar IIN neapliekamās summas. Pēc pašreiz plānotajām nodokļu izmaiņām, IIN likme kopš 2018.gada būs 20% apmērā darba algām, kas nepārsniegs 45 000 EUR gadā.
- Valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas – nodokļa likme darba ņēmējam ir 10,5%, savukārt darba devējam 23,59%.
- Pievienotās vērtības nodoklis. – nodokļa likme ir 21%.¹

Aizņemtajam kapitālam būs liela nozīme uzņēmuma finanšu plūsmas plānošanā, jo tas nodrošinās iespēju uzņēmumam iegādāties nepieciešamos ilgtermiņa ieguldījumus un uzsākt uzņēmējdarbību, tā atmaksa tiks veikta pēc grafika un procentu izdevumi tiks aprēķināti balstoties uz fiksētās procentu likmes un mainīgo procentu likmi, kas ir procenti par valsts kases līdzekļu izmantošanu.

Nakts klubu un bāru apmeklētība tiks balstīta uz darba autora pieņēmumiem par aptuveno cilvēku plūsmu nakts klubā un bārā balstoties uz šī uzņēmuma apgrozījumu pēdējos gados un no personiskās pieredzes. Savukārt, festivālu apmeklētībai tiks izmantoti plašsaziņas mediju publicētā informācija par festivālu apmeklētību pēdējos gados.

Tirgus cenu noteikšanai tiks izmantoti vispārpieejamie resursi un informācija interneta mājaslapās un darba autora vērtējums par to cik daudz resursus uzņēmumam būs nepieciešams izlietot.

Projekta produkta cenas politikas izklāsts ir aprakstīts 5.4.2 apakšnodaļā.

6.2. Uzņēmuma ieņēmumu plāns

Lai uzņēmums būtu dzīvotspējīgs un lai nerastos papildus sarežģījumi dēļ tā, ka sākotnēji tika plānoti nesamērīgi lieli ieņēmumi, bet gala rezultātā faktiskie ieņēmumi ir būtiski zemāki, tad darba autors apkopojot informāciju 6.1. Tabulā ir ievērojis piesardzības principu

¹ *Nodokļu un nodevu sistēma Latvijā.* LR FM, pieejams: http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/nodoklu_politika/nodoklu_un_nodevu_sistema_latvija/ (skatīts 09.05.2017)

un iekļāvis tikai tos ieņēmumus, kurus darba autors uzskata par augstas iespējamības ieņēmumiem.

6.3.Tabula

Uzņēmuma SIA “HANG IT UP” apmeklētāju skaits un plānotie ieņēmumi, euro, no 2017. gada līdz 2019. gadam

Ieņēmumi	2017.g			2018.g			2019.g		
	Apkalpotie klienti	Cena, bez PVN	Ieņēmumi, EUR	Apkalpotie klienti	Cena, t.sk.PVN	Ieņēmumi, EUR	Apkalpotie klienti	Cena, t.sk.PVN	Ieņēmumi, EUR
Ieņēmumi no nakts klubiem un bāriem	2 650,00	x	4 372,50	10 815,00	x	17 844,75	20 560,00	x	33 924,00
<i>Nr.1</i>	<i>1 200,00</i>	<i>1,65</i>	<i>1 980,00</i>	<i>4 195,00</i>	<i>1,65</i>	<i>6 921,75</i>	<i>4 980,00</i>	<i>1,65</i>	<i>8 217,00</i>
<i>Nr.2</i>	<i>1 450,00</i>	<i>1,65</i>	<i>2 392,50</i>	<i>4 610,00</i>	<i>1,65</i>	<i>7 606,50</i>	<i>5 510,00</i>	<i>1,65</i>	<i>9 091,50</i>
<i>Nr.3</i>			-	<i>2 010,00</i>	<i>1,65</i>	<i>3 316,50</i>	<i>5 510,00</i>	<i>1,65</i>	<i>9 091,50</i>
<i>Nr.4</i>			-				<i>2 280,00</i>	<i>1,65</i>	<i>3 762,00</i>
<i>Nr.5</i>			-				<i>2 280,00</i>	<i>1,65</i>	<i>3 762,00</i>
Ieņēmumi no festivāliem	3 260,00	x	8 084,80	4 120,00	x	10 217,60	4 450,00	x	11 036,00
<i>Positivus</i>	<i>1 200,00</i>	<i>2,48</i>	<i>2 976,00</i>	<i>1 800,00</i>	<i>2,48</i>	<i>4 464,00</i>	<i>1 920,00</i>	<i>2,48</i>	<i>4 761,60</i>
<i>Summer Sound</i>	<i>1 400,00</i>	<i>2,48</i>	<i>3 472,00</i>	<i>1 600,00</i>	<i>2,48</i>	<i>3 968,00</i>	<i>1 720,00</i>	<i>2,48</i>	<i>4 265,60</i>
<i>Playground</i>	<i>240,00</i>	<i>2,48</i>	<i>595,20</i>	<i>240,00</i>	<i>2,48</i>	<i>595,20</i>	<i>270,00</i>	<i>2,48</i>	<i>669,60</i>
<i>Laba daba</i>	<i>420,00</i>	<i>2,48</i>	<i>1 041,60</i>	<i>480,00</i>	<i>2,48</i>	<i>1 190,40</i>	<i>540,00</i>	<i>2,48</i>	<i>1 339,20</i>
KOPĀ	5 910,00	x	12 457,30	14 935,00	x	28 062,35	25 010,00	x	44 960,00

6.1. Tabula ir veidota no divām daļām, jo darba autors plāno gūt ieņēmumus no diviem dažādiem virzieniem – no garderobes darbības nakts klubos un bāros un no mantu glabāšanas festivālu laikā. Katrā finanšu taksācijas gadā ir izveidotas trīs kolonnas – apkalpotie klienti, cena, bez PVN, par pakalpojumu un ieņēmumi.

Prognozējot uzņēmuma ieņēmumu plūsmu no nakts klubu un bāru darbības, darba autors ir ņēmis vērā to, ka ne visi nakts klubu apmeklētāji vēlēšies atstāt savas virsdrēbes garderobē, ja vien uzņēmuma politika nebūs, ka obligāti ir jāatstāj, un to, ka ieņēmumus būs iespējams gūt tikai tajās nedēļās, kad laukā ir visaukstāk. Ņemot vērā iepriekš minēto, darba autors uzskata, ka uzņēmumam būs finansiāli izdevīgi darboties sākot no novembra otrās nedēļas un līdz februāra beigām, kopā darbojoties 16 nedēļas – 7 nedēļas gada beigās un 9 nedēļas gada sākumā.

Darba autos plāno, ka pirmajā darbības gadā tam izdosies noslēgt sadarbību ar diviem nakts klubiem, kuros galvenokārt uzturas jauni cilvēki, vecumā no 20 – 35 gadiem, savukārt, nākamajā taksācijas gadā izdotos piesaistīt vēl vienu nakts klubus, savukārt trešajā taksācijas gadā uzņēmumam izdotos piesaistīt vēl divus nakts klubus. Darba autors uzskata, ka šādi prognozēta izaugsme uzņēmumam ir ar ļoti piesardzīgu skatījumu, jo, pieņemot ka produkts būs kvalitatīvs un tas sniegs plānoto pievienoto vērtību, tad pieprasījums pēc tā var būt arī augstāks un patieso izaugsmes tempu būs iespējams prognozēt pēc pirmā festivāla, kad produkts tiks pārbaudīts un tiks apkopota informācija par klientu apmierinātību.

Prognozējot apkalpoto klientu skaitu nakts klubiem un bāriem, darba autors ir ņēmis vērā faktu, ka sākotnēji produktu izmantos relatīvi mazs klientu skaits, jo produkts būs jauns un apmeklētāji var apmulsť un izvēlēties to neizmantoť. Savukārt, ar katru nedēļu, kad patērētāji būs sākuši iepazīť produktu, to izmantošana kļūs aktīvāka. Lai noteiktu kopējo apmeklētāju skaitu taksācijas periodā, darba autors aprēķinu veikšanai ir ņēmis vērā nakts kluba apmeklētību viena vakara un nakts laikā. Ņemot vērā nakts kluba apmeklētību, darba autors ir pieņēmis viena vakara iespējamo klientu skaitu, kā arī darba autors ir pieņēmis, ka tas nakts klubos un bāros darbosies trīs vakarus un naktis vienā nedēļā – ceturtdienā, piektdienā un sestdienā, kad ir lielākais apmeklētāju skaits.

Kā jau iepriekšējā nodaļā tika aprakstīts, tad cena par pakalpojuma izmantošanu būs 2,00 EUR, ieskaitot PVN, kas ir 1,65 EUR bez PVN. Šo cenu par pakalpojumu pareizinot ar apmeklētāju skaitu, darba autors ir ieguvis, ka kopējie ieņēmumi 2017.gadā no garderobes darbības nakts klubos un bāros būtu 4 372,50 EUR, savukārt 2018.gadā tie būtu 17 844,75 EUR un 2019.gadā 33 924,00 EUR.

Uzņēmuma SIA "HANG IT UP" plānotie ieņēmumi no nakts klubiem un bāriem pa mēnešiem no 2017.gada līdz 2019.gadam (euro)

Ieņēmumi no nakts klubiem un bāriem	2017.g		2018.g				2019.g			
	Novembris	Decembris	Janvāris	Februāris	Novembris	Decembris	Janvāris	Februāris	Novembris	Decembris
<i>Nr.1</i>	594,00	1 386,00	1 980,00	1 683,00	1 188,00	2 070,75	2 475,00	1 980,00	1 336,50	2 425,50
<i>Nr.2</i>	841,50	1 551,00	1 650,00	1 980,00	1 485,00	2 491,50	2 722,50	2 178,00	1 485,00	2 706,00
<i>Nr.3</i>					891,00	2 425,50	2 722,50	2 178,00	1 485,00	2 706,00
<i>Nr.4</i>									1 336,50	2 425,50
<i>Nr.5</i>									1 336,50	2 425,50
Kopā	1 435,50	2 937,00	3 630,00	3 663,00	3 564,00	6 987,75	7 920,00	6 336,00	6 979,50	12 688,50

6.2. Tabulā darba autors ir apkopojis plānotos ieņēmumus pa mēnešiem no katra no nakts klubiem un bāriem, tādā veidā ir uzskatāms, kā palielinātos uzņēmuma ieņēmumi no konkrētā nakts kluba. Nakts klubu Nr.1 un Nr.2 ieņēmumi pirmā taksācijas perioda novembrī ir plānoti uz pusi mazāki, ne kā otrā un trešā taksācijas perioda novembra mēnesī, jo pirmajā gadā uzņēmumam būs jāiegulda laiks, lai pārliecinātu patērētājus, ka viņiem šis produkts ir nepieciešams un viņi būs ieguvēji no tā izmantošanas. Savukārt, uzsākot darbību bāros Nr.4 un Nr.5, uzņēmuma ienākumi būtu būtiski lielāki no pirmā darbības mēneša, ne kā no darbības nakts klubā Nr.1 un Nr.2, kas ir izskaidrojams ar to, ka apmeklētāji jau reiz būtu izmantojuši produktu vai arī būtu par to dzirdējuši.

Uzņēmuma ieņēmumi no mantu glabāšanas festivālu laikā ir plānota pamatojoties uz darba autora prognozēm par to, cik % no apmeklētāju skaita izmantos produktu. Lai būtu iespējams aprēķināt konkrētu skaitu, darba autors ir izmantojis iegūto informāciju no masu mēdijiem par to, cik daudzi cilvēki vienā dienā apmeklē šo festivālu un ņemot vērā to, ka festivāli galvenokārt norisinās trīs dienas un divas nakts, tad vienas dienas apmeklētāju skaits ir pareizināts ar divi, pieņemot, ka apmeklētāji būs ieinteresēti izmantot produktu tikai pirmajās divās dienās, jo pēc tām seko festivāla nakts, kad norisinās visvairāk pasākumi un apmeklētāji atpūšas, savukārt, trešajā dienā, visbiežāk, apmeklētāji atpūšas un dodas prom no festivāla.

Atšķirībā no nakts klubiem un bāriem, kur darba autors izvēlās nenorādīt konkrētus nakts klubu un bāru nosaukumus, festivāliem darba autors ir nolēmis norādīt konkrētus nosaukumus, jo iekļūšana festivālā būtu ļoti iespējama, savukārt, sadarbības līguma noslēgšana ar konkrētu uzņēmumu nebūtu tik iespējams prognozēt.

Pirmais festivāls, kurā uzņēmums piedāvātu savu produktu, būtu "Playground", kurš ir aktīvās atpūtas festivāls un to apmeklē cilvēki ar vidējo vecumu 25.gadi. Pirmajā taksācijas periodā ir plānots, ka produktu izmantotu 8% no festivāla apmeklētājiem, jo apmeklētāji vēlētos atstāt savas vērtīgākās mantas drošā vietā tāpēc ka festivāla laikā ir iespēja izbaudīt visādas sportiskas aktivitātes, braukt ar weikbordū, ar kartingiem, peldēties u.c., kuru laikā ir iespējams pazaudēt mantas, it īpaši tās, kas ir visvērtīgākās. Savukārt, darbības nākamajos gados ir plānots, ka klientu skaits pieaugtu, bet tikai nedaudz un 2019.gadā klientu skaits būtu 9% no kopējā apmeklētāju skaita.

Pēc sabiedrības iepazīstināšanas ar produktu festivālā "Playground", uzņēmums piedalītos Latvijas lielākajos festivālos – "Positivus", "Summer Sound" un "Laba daba". Šie festivāli ir plaši apmeklēti un darba autors plāno, ka pirmajā taksācijas gadā produktu izmantotu 3,5% no "Positivus" apmeklētājiem, 2% no "Summer Sound" apmeklētājiem un 3,5% no "Laba daba" apmeklētājiem. Šādi pieņēmumi ir balstīti uz to, kur ir festivāla norises vieta un cik daudzi no apmeklētājiem izmanto telšu pilsētiņu un paliek teltīs, nevis viesnīcās.

Plānotie ieņēmumu no mantu glabāšanas festivālu laikā, darbības pirmajā gadā, būtu 8 828,80 EUR, savukārt 2018.gadā būtu 10 713,60 EUR, un 2019.gadā 11 581,60 EUR.

6.5. Peļņas vai zaudējumu aprēķins

Uzņēmuma peļņas vai zaudējumu aprēķins ir veikts par turpmākajiem trim finanšu gadiem izmantojot darba izstrādes gaitā gūto informāciju un darba autora pieņēmumus uz kuriem tiek balstīta finanšu plūsma. Peļņas vai zaudējumu aprēķins ir sastādīts pa mēnešiem, jo uzņēmuma darbībā liela ietekme būs sezonālībai, kā rezultātā šāda veida peļņas vai zaudējumu aprēķins sniegs precīzāku analīzi par uzņēmuma ienākumiem un izdevumiem.

Uzņēmuma SIA "HANG IT UP" peļņas vai zaudējumu aprēķins pa mēnešiem par 2017.gadu (euro)

	2017.gads	dec.17	nov.17	okt.17	sep.17	aug.17	jūl.17	jūn.17
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Neto apgrozījums	13 201	2 937	1 436			1 042	7 787	
Pārdotās produkcijas ražošanas pašizmaksa, pārdoto preču vai sniegto pakalpojumu iegādes izmaksas	(10 545)	(3 069)	(1 684)	(373)	(373)	(1 223)	(3 823)	
Bruto peļņa vai zaudējumi	2 656	(132)	(248)	(373)	(373)	(182)	3 964	-
Pārdošanas izmaksas	(611)							(611)
Administrācijas izmaksas	(3 028)	(494)	(494)	(494)	(494)	(494)	(494)	(62)
Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	-							
Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas	(700)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	(539)	(87)	(88)	(89)	(91)	(92)	(93)	
Peļņa vai zaudējumi pirms uzņēmumu ienākuma nodokļa	(2 222)	(813)	(930)	(1 057)	(1 058)	(868)	3 277	(773)
Uzņēmumu ienākuma nodoklis par pārskata gadu								
Peļņa vai zaudējumi pēc uzņēmumu ienākuma nodokļa aprēķināšanas	(2 222)	(813)	(930)	(1 057)	(1 058)	(868)	3 277	(773)
Ieņēmumi vai izmaksas no atliktā nodokļa aktīvu vai saistību atlikumu izmaiņām								
Ārkārtas dividendes								
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi	(2 222)	(813)	(930)	(1 057)	(1 058)	(868)	3 277	(773)

6.3. Tabulā darba autors ir apkopojis plānoto peļņas vai zaudējumu aprēķinu uzņēmuma pirmajā taksācijas gadā, jeb 2017.gadā. 6.3. Tabulā ir apkopoti uzņēmuma ieņēmumi un izdevumi sākot no jūnija, jo darba autors plāno, ka tieši jūnijā uzņēmums tiks dibināts un uzsāks savu saimniecisko darbību.

Pirmajā darbības mēnesī uzņēmums nodarbosies ar nepieciešamo materiālu iepirkšanu un sadarbību ar aplikācijas izstrādātāj firmu, lai izveidotu kvalitatīvu produktu, kuru pēc tam piedāvāt saviem klientiem. Pirmā mēneša izmaksas ir saistītas galvenokārt ar materiālu iepirkšanu, piemēram,

planšetdatoru statīvi, reklāmu stendi, uzglabāšanas kastes, un tamlīdzīgi. Papildus iepriekš minētajam, jūnija izmaksas sastāv arī no uzņēmumu vadības darba algas, kas darbības pirmajā mēnesī būtu 50 EUR. Darba autors uzskata, ka uzņēmuma vadībai sev nevajadzētu izmaksāt lielu darba algu, līdz uzņēmumam nav ienāk, bet, lai arī izvairītos no skaidrošanās ar VID par to, ka uzņēmumā notiek saimnieciskā darbība, bet darba algu neviens nesaņem, tad darbības pirmajā mēnesī uzņēmuma vadības darba alga būtu 50 EUR pirms nodokļu nomaksas. Kā arī, darba autors ir pieskaitījis klāt citus saimnieciskās darbības izdevumus 100 EUR apmērā, kas ir neplānotie izdevumi, kas uzņēmumam var izveidoties jebkurā brīdī, un lai gada griezumā plānotajos izdevumos būtu iekļauti pietiekami lieli izdevumi, tad darba autors, plānojot PZA, katrā mēnesī izdevumos iekļauj 100 EUR.

Sākot ar 2017.gada jūliju, uzņēmumam būtu nepieciešams sākt atmaksāt aizņemtos līdzekļus kopā ar aizdevuma procentiem, kuru aprēķins ir pieejams 6.12. Tabulā un pielikumā Nr.5. Procentu maksājumi ar katru mēnesi samazinās, jo uzņēmuma atmaksa tiktu balstīta uz proporcionālo atmaksas grafiku. Darba autors ir izvēlējis proporcionālo aizdevuma atmaksas grafiku, jo tādā veidā uzņēmumam ir vieglāk plānot savu naudas plūsmu, jo zina, kāds tieši maksājums uzņēmumam būs jāveic, kā arī proporcionālais apmaksas grafiks nozīmē, ka sākotnēji uzņēmums maksā lielākus procentu maksājumus ar mazāku pamatsummu.

Ņemot vērā to, ka sākot ar jūlija mēnesi uzņēmumam būtu arī ieņēmumi, tad uzņēmuma vadītājam tiktu palielināta darba. Darba alga uzņēmuma vadībai tiktu palielināta līdz 400 EUR mēnesī pirms nodokļu nomaksas. Darba autors ir izvēlējis palielināt uzņēmuma vadības darba algu šādā apmērā, jo tā ir nedaudz virs minimālās darba algas un nodrošinātu uzņēmuma vadītājam ikdienas pamat izdevumus.

Sniegto pakalpojumu izmaksas sākot no jūlija sastāv no pamatlīdzekļu nolietojuma un amortizācijas, kas tiek aprēķināta izveidotajai aplikācijai, iegādātajiem planšetdatoriem un plauktiem un stendam, aplikācijas apkalpošanas izmaksas, kas vienā mēnesī būtu 82,64 EUR, mākoņkrātuves abonēšana 10,50 EUR, izdevumiem no telpu un vietas nomas un darbinieku darba algas.

Izdevumi vietas noma un telts noma festivāla laikā kopā pa jūliju un jūniju būtu 4 300,00 EUR, kas sastāvētu no vietas nomas maksas “Positivus” festivālā – 1 500,00 EUR, “Summer Sound” festivālā 1 300,00 EUR, “Playground” festivālā 650,00 EUR un “Laba daba” festivālā 850,00 EUR. Izdevumi jūlija mēnesī ir augstāki par izdevumiem augusta mēnesī, jo jūlija mēnesī norisinās trīs festivāli, savukārt augusta mēnesī tikai viens – festivāls “Laba daba”.

Izdevumus no telpu nomas darba autors ir aprēķinājis balstoties uz to, ka vienas nakts izmaksas telpu nomai būtu 75,00 EUR un šī maksa tiktu aprēķināta tajās reizēs, kad uzņēmums darbotos konkrētajā nakts klubā vai bārā. Par plānotajiem vakariem un naktīm, kad uzņēmums plāno darboties nakts klubos un bāros, ir pieejama 6.2.apakšnodaļā, jo izdevumi telpu nomai ir tieši tajos vakaros, kad uzņēmumam ir ieņēmumi.

Ņemot vērā to, ka darba autors pirmajā taksācijas gadā plāno piesaistīt divus nakts klubus, tad uzņēmuma vadītājs nespēs apkalpot abus nakts klubus viens pats un tiks pieņemts papildus darbinieks. Papildus darbinieks, jeb konsultants, tiks pieņemts tikai uz uzņēmuma aktīvās sezonas laiku, kas būs no novembra līdz februārim. Darba autors plāno piesaistīt darbinieku tikai uz konkrētu periodu, jo darba autors uzskata, ka tas nebūs finansiāli izdevīgi nodarbināt konsultantu visu gadu, it īpaši tajos mēnešos, kad uzņēmumam nav plānoti ieņēmumi. Konsultantam tiktu maksāta stundas tarifa likme un plānotais darba laiks būtu no plkst. 21:00 līdz nākamās dienas plkst. 7:00, kas būtu 10 stundas. Ņemot vērā to, ka darba laiks būtu nakts stundās, tad darba autors ir nolēmis, ka līguma stundas tarifs konsultantam būs 2,50 EUR/h, bet patiesās izmaksas uzņēmumam būs 5 EUR/h, jo par nostrādātajām nakts stundām uzņēmums maksās dubultā.

Neto apgrozījums un tā skaidrojums ir aprakstīts 6.2.apakšnodaļā, tāpēc priekš detalizētāka skaidrojuma neto apgrozījuma summām, skatīt 6.2.apakšnodaļu.

Kopējā situācija uzņēmumam būtu, ka vienīgais mēnesis pirmajā taksācijas periodā, kad uzņēmums strādātu ar peļņu, būtu jūlija mēnesī, kas ir izskaidrojams ar to, ka jūlija mēnesī norisinās trīs lieli festivāli no kuriem kopējie ieņēmumi būtu relatīvi augsti.

Uzņēmuma SIA "HANG IT UP" peļņas vai zaudējumu aprēķins pa mēnešiem par 2018.gadu (euro)

	2018	dec.18	nov.18	okt.18	sep.18	aug.18	jūl.18	jūn.18	mai.18	apr.18	mar.18	feb.18	jan.18
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Neto apgrozījums	28 558	6 988	3 564			1 190	9 523					3 663	3 630
Pārdotās produkcijas ražošanas pašizmaksa, pārdoto preču vai sniegto pakalpojumu iegādes izmaksas	(21 958)	(4 871)	(3 331)	(379)	(373)	(1 223)	(3 823)	(373)	(373)	(373)	(373)	(2 915)	(3 550)
Bruto peļņa vai zaudējumi	6 600	2 117	233	(379)	(373)	(33)	5 700	(373)	(373)	(373)	(373)	748	80
Pārdošanas izmaksas	(215)				(215)								
Administrācijas izmaksas	(6 118)	(556)	(556)	(556)	(494)	(494)	(494)	(494)	(494)	(494)	(494)	(494)	(494)
Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	-												
Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas	(1 200)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	(930)	(70)	(71)	(73)	(74)	(75)	(77)	(78)	(80)	(81)	(82)	(84)	(85)
Peļņa vai zaudējumi pirms uzņēmumu ienākuma nodokļa	(1 863)	1 391	(494)	(1 108)	(1 257)	(703)	5 029	(1 046)	(1 047)	(1 049)	(1 050)	70	(600)
Uzņēmumu ienākuma nodoklis par pārskata gadu													
Peļņa vai zaudējumi pēc uzņēmumu ienākuma nodokļa aprēķināšanas	(1 863)	1 391	(494)	(1 108)	(1 257)	(703)	5 029	(1 046)	(1 047)	(1 049)	(1 050)	70	(600)
Ieņēmumi vai izmaksas no atliktā nodokļa aktīvu vai saistību atlikumu izmaiņām													
Ārkārtas dividendes													
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi	(1 863)	1 391	(494)	(1 108)	(1 257)	(703)	5 029	(1 046)	(1 047)	(1 049)	(1 050)	70	(600)

6.4. Tabulā darba autors ir apkopojis plānoto peļņas vai zaudējumu aprēķinu uzņēmuma otrajā taksācijas gadā, jeb 2018.gadā. 2018.gada februārī uzņēmumam būtu pirmais mēnesis, kad tas mēneša griezumā strādā ar peļņu, kas ir no darbības nakts klubos un bāros. 2018.gada decembrī uzņēmums arī strādās ar peļņu, jo tad uzņēmumam būs izdevies piesaistīt papildus nakts klubu un apmeklētāji būs jau iepazinušies ar projekta produktu un to izmantos aktīvāk.

Izdevumu struktūra uzņēmumam 2018.gadā būtiski neizmainīsies salīdzinājumā ar 2017.gadu. Papildus izdevumi, kas uzņēmumam nāks klāt ir saistīti ar jaunu materiālu iegādi, lai spētu nodrošināt trešo nakts klubu ar ekipējumu, kā arī 2018.gada novembrī uzņēmums pieņemtu darbā divus konsultantus, ar tādu pašu darba algu, kā 2017.gadā, lai spētu nodrošināt uzņēmuma darbību trijos nakts klubos.

Ņemot vērā to, ka 2018.gada beigās uzņēmumam būs izdevies piesaistīt vēl papildus vienu klientu, tad darba autors uzskata ka ir iespējams palielināt uzņēmuma vadības mēneša darba algu līdz 450,00 EUR mēnesī pirms nodokļu nomaksas. Darba alga uzņēmuma vadībai tiks paaugstināta ar 2018.gada oktobri.

6.8.Tabula

Uzņēmuma SIA “HANG IT UP” peļņas vai zaudējumu aprēķins pa mēnešiem par 2019.gadu (euro)

	2019	dec.19	nov.19	okt.19	sep.19	aug.19	jūl.19	jūn.19	mai.19	apr.19	mar.19	feb.19	jan.19
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Neto apgrozījums	45 506	12 689	6 980			1 339	10 242					6 336	7 920
Pārdotās produkcijas ražošanas pašizmaksa, pārdoto preču vai sniegto pakalpojumu iegādes izmaksas	(33 200)	(8 452)	(7 327)	(368)	(356)	(1 206)	(3 806)	(379)	(379)	(379)	(379)	(4 562)	(5 608)
Bruto peļņa vai zaudējumi	12 306	4 237	(347)	(368)	(356)	133	6 436	(379)	(379)	(379)	(379)	1 774	2 312
Pārdošanas izmaksas	(436)				(436)								
Administrācijas izmaksas	(6 859)	(618)	(618)	(618)	(556)	(556)	(556)	(556)	(556)	(556)	(556)	(556)	(556)
Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	-												
Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas	(1 200)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	(722)	(52)	(53)	(55)	(56)	(58)	(59)	(61)	(62)	(64)	(65)	(67)	(68)
Peļņa vai zaudējumi pirms uzņēmumu ienākuma nodokļa	3 089	3 467	(1 119)	(1 140)	(1 505)	(581)	5 721	(1 096)	(1 098)	(1 099)	(1 101)	1 051	1 588
Uzņēmumu ienākuma nodoklis par pārskata gadu													
Peļņa vai zaudējumi pēc uzņēmumu ienākuma nodokļa aprēķina	3 089	3 467	(1 119)	(1 140)	(1 505)	(581)	5 721	(1 096)	(1 098)	(1 099)	(1 101)	1 051	1 588
Ieņēmumi vai izmaksas no atliktā nodokļa aktīvu vai saistību atlikumu izmaiņām													
Ārkārtas dividendes													
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi	3 089	3 467	(1 119)	(1 140)	(1 505)	(581)	5 721	(1 096)	(1 098)	(1 099)	(1 101)	1 051	1 588

6.5. Tabulā darba autors ir apkopojis plānoto peļņas vai zaudējumu aprēķinu uzņēmuma trešajā taksācijas gadā, jeb 2019.gadā. 2019.gadā uzņēmums lielākajā daļā no mēnešiem, kad tas apkalpos nakts klubus, strādās ar peļņu, jo nakts klubu apmeklētāji pirmo divu taksācijas periodu laikā būs jau iepazinušies ar uzņēmuma produktu un to izmantos regulārāk.

Izdevumu struktūra uzņēmumam 2019.gadā būtiski neizmainīsies salīdzinājumā ar 2017. un 2018.gadu. Papildus izdevumi, kas uzņēmumam nāks klāt ir saistīti ar jaunu materiālu iegādi, lai spētu nodrošināt ceturto un piekto nakts klubu ar ekipējumu, kā arī 2019.gada novembrī uzņēmums pieņemtu darbā četrus konsultantus, ar tādu pašu darba algu, kā 2017. un 2018. gadā, lai spētu nodrošināt uzņēmuma darbību piecos nakts klubos.

Ņemot vērā to, ka 2019.gada beigās uzņēmumam būs izdevies piesaistīt vēl papildus divus klientus, tad darba autors uzskata ka ir iespējams palielināt uzņēmuma vadības mēneša darba algu līdz 500,00 EUR mēnesī pirms nodokļu nomaksas. Darba alga uzņēmuma vadībai tiks paaugstināta ar 2019.gada oktobri.

6.9.Tabula

**Uzņēmuma SIA “HANG IT UP” peļņas vai zaudējumu aprēķins par 2017. – 2019.gadu
(euro)**

	2019 EUR	2018 EUR	2017 EUR
Neto apgrozījums	45 506	28 558	13 201
Pārdotās produkcijas ražošanas pašizmaksa, pārdoto preču vai sniegto pakalpojumu iegādes izmaksas	(33 200)	(21 958)	(10 545)
Bruto peļņa vai zaudējumi	12 306	6 600	2 656
Pārdošanas izmaksas	(436)	(215)	(611)
Administrācijas izmaksas	(6 859)	(6 118)	(3 028)
Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	-	-	-
Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas	(1 200)	(1 200)	(700)
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	(722)	(930)	(539)
Peļņa vai zaudējumi pirms uzņēmumu ienākuma nodokļa	3 089	(1 863)	(2 222)
Uzņēmumu ienākuma nodoklis par pārskata gadu			
Peļņa vai zaudējumi pēc uzņēmumu ienākuma nodokļa aprēķi	3 089	(1 863)	(2 222)
Ieņēmumi vai izmaksas no atliktā nodokļa aktīvu vai saistību atlikumu izmaiņām			
Ārkārtas dividendes			
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi	3 089	(1 863)	(2 222)

6.6. Tabulā darba autors ir apkopojis informāciju no 6.3. līdz 6.5. Tabulas, kā rezultātā ir ieguvis peļņas vai zaudējumu aprēķinu par pirmajiem trijiem taksācijas periodiem. Apkopojot visu trīs gadu plānotos ieņēmumus un izdevumus, darba autors secina, ka pirmajos divos taksācijas periodos uzņēmums strādās ar zaudējumiem, savukārt, sākot jau ar trešo taksācijas periodu, uzņēmums sāks strādāt ar peļņu. Darba autors uzskata, ka šāda situācija uzņēmumos

ir pieņemama un atspoguļo reālo situāciju, jo ne vienmēr jau pirmajā taksācijas periodā uzņēmumam izdosies strādāt ar peļņu, tam sākumā ir jānostiprina savas pozīcijas tirgū, jāiegūst klienti, jāpierāda sava produkta dzīvotspēja un tikai tad ir iespējams sākt strādāt ar peļņu.

Analizējot 6.6. Tabulas datus, ir secināms, ka lielākā daļa no uzņēmuma izmaksām būtiski nemainās un būtiskas izmaiņas uzņēmuma izdevumos ir tikai tad, kad ir arī būtisks ieņēmumu pieaugums, kas ir saistīts ar to, ka lielākās izmaksas, kādas ir uzņēmumam, ir tieši no sniegto pakalpojumu tiešajām izmaksām, kā rezultātā piesaistot arvien jaunus nakts klubus un bārus, vai arī piedaloties papildus vēl citos festivālos, darba autors no šiem objektiem gūtu lielāku neto peļņu.

Lai gan trešajā taksācijas periodā uzņēmums strādātu ar peļņu, tam tik un tā netiktu aprēķināts UIN, jo sākotnēji uzņēmums nogūtās peļņas segtu savus iepriekšējo periodu zaudējumus. Nesegtie uzņēmuma zaudējumi uz trešā taksācijas perioda beigām būtu 996 EUR, kas savukārt tiktu segti nākamajos taksācijas periodos, kad uzņēmums strādātu ar peļņu.

6.10. Uzņēmuma naudas plūsmas pārskats

6.7. Tabulā ir apkopota informācija par uzņēmuma plānoto naudas plūsmu tā pirmajiem trim taksācijas periodiem. Darba autors veidojot plānoto naudas plūsmu ir izmantojis iepriekšējā nodaļā aprakstīto plānoto peļņas vai zaudējumu aprēķinu un nākošajās nodaļās aprakstītās plānotās bilances posteņus un kredīta atmaksāšanas nosacījumus, kā rezultātā dara autoram bija iespējams izveidot uzņēmuma plānoto naudas plūsmu pielietojot netiešo izmaksu metodi.

Pēc uzņēmuma plānotās naudas plūsmas darba autors secina, ka uzņēmuma plānotā finanšu plūsma ir pietiekama un tam būs pieejami vislikvidākie aktīvi, jeb naudas līdzekļi un nevienā no taksācijas periodiem neizveidosies situācija, ka uzņēmumam būs nepieciešami papildus līdzekļi lai segtu savas saistības.

Katra taksācijas perioda beigās uzņēmuma rīcībā ir relatīvi lieli naudas līdzekļi, salīdzinājumā ar atlikušo bilances summu. Šāda situācija uzņēmumam veidojas, jo tas sniegs pakalpojumu uzreiz gala patērētājam – nakts kluba vai bāra vai festivāla apmeklētājam, kuram būs nepieciešams norēķināties par savām saistībām ar uzņēmumu uzreiz un uzņēmumam ienākumi būs pēc kases principa, savukārt, par savām saistībām uzņēmums norēķināsies nākamajā mēnesī, kā rezultātā daļa no naudas līdzekļiem, kas ir uz gada beigām, tiks samaksāta uzņēmuma kreditoriem un uzņēmums norēķināsies par savām saistībām.

Uzņēmuma SIA "HANG IT UP" naudas plūsma par 2017. – 2019.gadu (euro)

	EUR	EUR	EUR
Pamatdarbības naudas plūsma			
<i>Peļņa vai zaudējumi pirms uzņēmumu ienākuma nodokļa</i>	3 089	(1 863)	(2 222)
Korekcijas:			
• pamatlīdzekļu vērtības samazinājuma korekcijas	327	378	180
• nemateriālo ieguldījumu vērtības samazinājuma korekcijas	3 000	3 000	1 500
• procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	722	930	539
<i>Peļņa vai zaudējumi pirms apgrozāmo līdzekļu un īstermiņa kreditoru atlikumu izmaiņu ietekmes</i>	7 137	2 445	(3)
• Debitoru parādu atlikuma (pieaugums) vai samazinājums	-	-	-
• Piegādātājiem, darbuzņēmējiem un pārējiem kreditoriem maksājamo parādu atlikumu pieaugums/ (samazinājums)	4 851	2 708	4 000
Bruto pamatdarbības naudas plūsma	11 988	5 154	3 997
Pamatdarbības neto naudas plūsma	11 988	5 154	3 997
Ieguldīšanas darbības naudas plūsma			
Pamatlīdzekļu un nemateriālo ieguldījumu iegāde	(280)	(140)	(15 804)
Ieguldīšanas darbības neto naudas plūsma	(280)	(140)	(15 804)
Finansēšanas darbības naudas plūsma			
Ieņēmumi no akciju un obligāciju emisijas vai kapitāla līdzdalības daļu ieguldījumiem			2 800
Saņemtie aizņēmumi			17 200
Izdevumi aizņēmumu atmaksāšanai	(4 038)	(4 038)	(2 019)
Finansēšanas darbības neto naudas plūsma	(4 038)	(4 038)	17 981
Pārskata gada neto naudas plūsma	7 670	975	6 174
Naudas un tās ekvivalentu atlikums pārskata gada sākumā	7 149	6 174	-
Naudas un tās ekvivalentu atlikums pārskata gada beigās	14 819	7 149	6 174

6.12. Uzņēmuma bilance (par 3 gadiem)

Veicot bilances plānošanu, darba autors uzskata, ka nav objektīvi plānot bilanci tikai pirmajam taksācijas gadam, tāpēc bilances plānošanai, tāpat kā peļņas vai zaudējumu plānošanai, darba autors ņems vērā turpmākos 3 gadus.

Uzņēmuma plānotais bilances aktīvs pirmajiem trim taksācijas gadiem ir apkopoti 6.8. Tabulā.

Uzņēmuma SIA "HANG IT UP" bilances aktīvs par 2017. – 2019.gadu (euro)

		AKTĪVS		
		31.12.2019.	31.12.2018.	31.12.2017.
ILGTERMIŅA IEGULDĪJUMI		EUR	EUR	EUR
Nemateriālie ieguldījumi				
	Citi nemateriālie ieguldījumi	7 500	10 500	13 500
	KOPĀ	7 500	10 500	13 500
Pamatlīdzekļi				
	Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs	339	386	624
	KOPĀ	339	386	624
	KOPĀ ILGTERMIŅA IEGULDĪJUMI	7 839	10 886	14 124
APGROZĀMIE LĪDZEKĻI				
Debitori				
	Pircēju un pasūtītāju parādi	-	-	-
	KOPĀ	-	-	-
Nauda		14 819	7 149	6 174
	KOPĀ APGROZĀMIE LĪDZEKĻI	14 819	7 149	6 174
KOPĀ AKTĪVS		22 659	18 035	20 298

Veidojot plānoto bilances aktīva ilgtermiņa ieguldījumus, darba autors ir ņēmis vērā to, cik daudz un kādi pamatlīdzekļi uzņēmumam būs nepieciešami, kā arī to plānotais nolietojuma laiks. Plānotie ilgtermiņa ieguldījumi un to amortizācija un nolietojums ir apkopots pielikumā Nr.4. Darba autors uzskata, ka sākotnēji uzsākot darbu, tam būs nepieciešams iegādāties aplikāciju, uz kā bāzes darbosies projekta produkts, divus planšetdatorus, stendu un plauktus. Šāds ilgtermiņa ieguldījumu saraksts uzņēmumam būtu visoptimālākais uzsākot darbību, jo spētu nodrošināt uzņēmuma darbību divās vietās vienlaicīgi, savukārt 2018. un 2019.gadā tiktu iegādāti papildus planšetdatori, atkarībā no tā, cik jauni klienti un cik lokācijās uzņēmumam būtu nepieciešams strādāt. Lai noteiktu lietderīgās lietošanas laiku ilgtermiņa ieguldījumiem, darba autors ir izmantojis savas zināšanas par katra ilgtermiņa ieguldījumu aptuveno lietošanas laiku un balstoties uz savām zināšanās, noteicis kādi lietderīgās lietošanas laiki būs uzņēmumā.

Pēc 6.8. Tabulas ir saprotams, ka uzņēmums darbosies ar kases ieņēmumu principu un tam nebūs pircēju un pasūtītāju parādi, kā arī, sakarā ar to, ka uzņēmums sniegs pakalpojumu, nevis pārdos preci, tad uzņēmumam arī nav krājumi.

Plānotie naudas līdzekļi ir aprēķināti balstoties uz 6.7. Tabulā apkopoto informāciju.

Uzņēmuma SIA "HANG IT UP" bilances pasīvs par 2017. – 2019.gadu (euro)

PASĪVS			
	31.12.2019.	31.12.2018.	31.12.2017.
PAŠU KAPITĀLS	EUR	EUR	EUR
Daļu kapitāls (pamatkapitāls)	2 800	2 800	2 800
Iepriekšējo gadu nesegtie zaudējumi	(4 085)	(2 222)	-
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi	3 089	(1 863)	(2 222)
KOPĀ PAŠU KAPITĀLS	1 804	(1 285)	578
KREDITORI			
Ilgtermiņa kreditori			
Aizņēmumi no kredītiestādēm	5 757	9 295	12 612
KOPĀ	5 757	9 295	12 612
Īstermiņa kreditori			
Aizņēmumi no kredītiestādēm	3 538	3 316	3 108
Parādi piegādātājiem un darbuņēmējiem	5 677	3 499	2 410
Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	3 429	1 826	788
Pārējie kreditori	2 454	1 384	803
KOPA	15 098	10 025	7 108
KOPĀ KREDITORI	20 855	19 320	19 720
KOPĀ PASĪVS	22 659	18 035	20 298

Uzņēmuma plānotais bilances pasīvs pirmajiem trim taksācijas gadiem ir apkopoti 6.9. Tabulā. 6.9. Tabulas izveidei darba autors ir izmantojis jau iepriekš apkopoto informāciju, uz kā pamata arī ir balstīti bilances pasīva atlikumi uz katra taksācijas perioda beigām.

Darba 2.2. apakšnodaļā darba autors ir aprakstījis plānoto uzņēmuma pamatkapitālu, kas arī ir ticis iekļauts uzņēmuma plānotajā pašu kapitālā. Darba autors plāno, ka uzņēmuma pamatkapitāls pirmo trīs taksācijas periodu laikā netiks palielināts un tas saglabāsies sākotnējā apmērā – 2 800 EUR. Savukārt, pašu kapitāla pozīcijas – iepriekšējo gadu nesegtie zaudējumi un pārskata gada peļņa vai zaudējumi ir apkopoti un aprakstīti darba 6.3. apakšnodaļā.

Lai uzņēmums spētu uzsākt saimniecisko darbību un gūt ieņēmumus, tam būs nepieciešami aizņemtie līdzekļi, lai iegādātos ilgtermiņa ieguldījumus. Lai spētu nodrošināt nepieciešamos naudas līdzekļus ilgtermiņu ieguldījumu iegādei, darba autors ir secinājis, ka uzņēmumam būs nepieciešams aizņemt naudas līdzekļus 17 000 EUR apmērā. Ņemot vērā faktu, ka nepieciešamos naudas līdzekļus darba autors aizņemsies 2017.gada jūnijā, tad jau pirmajā taksācijas periodā uzņēmumam būs nepieciešams sākt atmaksāt aizņemtus naudas līdzekļus. Uz katra taksācijas beigām atlikusī neatmaksātā aizņēmuma summa ir sadalīta ilgtermiņa un īstermiņa aizņēmumos. Ilgtermiņa un īstermiņa aizņēmuma sadalījums ir pieejams darba 6.7. apakšnodaļā.

Īstermiņa kreditori, izņemot aizņēmumus, ir veidoti pēc principa, ka uzņēmums visas savas saistības sedz nākamā mēneša laikā pēc saistību izveidošanās. Parādi piegādātājiem un darbuņēmējiem galvenokārt sastāvētu no telpu nomas maksas nakts klubos un bāros par

decembri, savukārt pārējie kreditori būtu darba ņēmēji un viņiem neizmaksātā darba alga par decembri.

6.15. Projekta atmaksāšanās laiki

Projekta atmaksāšanās periods ir laiks, kad projekta finansiālā atdeve ir vienāda ar projekta sākumā ieguldītajiem naudas līdzekļiem. Laiks parasti tiek izteikts gados un mēnešos.¹

6.10. Tabula

Projekta SIA "HANG IT UP" atmaksāšanās laika aprēķins no projekta uzsākšanas līdz 2019.gadam (euro)

Periods	Uzsākot projektu	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
Prognozētā naudas plūsma	(20 000)	6 174	7 149	14 819
Uzkrātā naudas plūsma	(20 000)	(13 826)	(6 677)	8 143

6.10. Tabulā darba autors ir apkopojis informāciju par uzņēmuma prognozēto naudas plūsmu un uzkrāto naudas plūsmu uzsākot projektu un finanšu gada beigās, līdz projekts atmaksāsies. Apkopojot informāciju, darba autors secina, ka projekts atmaksāsies jau trešajā taksācijas periodā. Precīzs projekta atmaksāšanās periods ir 2 gadi un 1 mēnesis. Darba autors uzskata, ka šāds projekta atmaksāšanās laiks ir īss un projekta atmaksāšanās risks ir zems.

6.16. Kredīta dzēšanas grafiks

Kredīta dzēšanas grafiks ir sastādīts balstoties uz aizņemtā kapitāla noteikumiem, kuri ir aprakstīti 2.5. apakšnodaļā par aizņemtā kapitāla piesaisti.

6.11. Tabula

Uzņēmuma SIA "HANG IT UP" 2017.gada aizņēmuma galvenie nosacījumi

Kopējais aizņēmums, euro	20 000
Pašu ieguldījums, euro	2 800
Aizņemtā summa, euro	17 200
Aizņēmuma termiņš, gadi	5
Procentu likme, %	6,50%
-Fiksētā, %	6%
-Mainīgā, %	0,50%

¹ Burke R. *Project Management planning & control techniques*. New York: Wiley, 1999. p53

6.10. Tabulā darba autors ir apkopojis galvenos nosacījumus, kādi būtu aizņemtajam kapitālam, balstoties pēc izdevīgākā piedāvājuma, kas ir secināts 2.5. apakšnodaļā. Balstoties uz uzņēmumam nepieciešamo ilgtermiņa ieguldījumu un citiem izdevumiem uzņēmuma darbības sākumā, darba autors ir secinājis, ka uzņēmumam kopumā būs nepieciešami 20 000 EUR, no kuriem 2 800 būs pašu ieguldījums un 17 200 EUR būs aizņemtā summa.

Aizņemto summu darba autors plāno, ka uzņēmums spēs atmaksāt piecu gadu laikā, kā arī darba autors ir pieņēmis, ka aizņēmuma fiksētā procentu likme būs maksimālā kādu piedāvā aizdevējs, jo darba autors uzskata, ka procentu likmes noteikšanā tiks izmantoti vairāki faktori un galvenie no tiem būs uzņēmuma dibinātāja iepriekšējā pieredze līdzīgā amatā un uzņēmuma vadībā un uzņēmuma riskantums, vai uzņēmuma produkts spēs gūt pietiekamus ienākumus aizņēmuma dzēšanai.

6.11. Tabula

Uzņēmuma SIA “HANG IT UP” aizņēmuma dzēšanas grafiks no 2017. līdz 2022.gadam,

euro

	2017.gads	2018.gads	2019.gads	2020.gads	2021.gads	2022.gads
Atmaksātā pamatsumma	1 480	3 108	3 316	3 538	3 775	1 981
Samaksātie procenti	539	930	722	500	263	38
Pamatsummas atlikumsperioda beigās	15 720	12 612	9 295	5 757	1 981	(0)

Pamatojoties uz 6.10. Tabulā apkopotajiem galvenajiem aizņēmuma nosacījumiem, darba autors ir izveidojis 6.11. Tabulu, kurā ir aprēķināts aizņēmuma dzēšanas grafiks 2017. – 2022.gadam. Aizņēmuma atmaksas grafiks ir aprēķināts izmantojot proporcionālo atmaksas grafiku, kā rezultātā aizdevuma atmaksātā pamatsumma ar katru gadu palielinās, savukārt samaksātie procenti ar katru gadu samazinās. Pielikumā Nr.5 darba autors ir aprēķinājis aizdevuma atmaksas grafiku pa mēnešiem.

6.12. Tabula

Uzņēmuma SIA “HANG IT UP” ilgtermiņa un īstermiņa aizņēmuma sadalījums no

2017. līdz 2019.gadam, euro

	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
Ilgtermiņa saistības	12 612	9 295	5 757
Īstermiņa saistības	3 108	3 316	3 538

Lai uzņēmums precīzāk spētu sniegt informāciju par savu finansiālo stāvokli, tad ir nepieciešams izveidot ilgtermiņa un īstermiņa aizņēmuma sadalījumu, kas tiek uzrādīts uzņēmuma bilances pasīvā, kā rezultātā darba autors ir izveidojis 6.12. Tabulu.

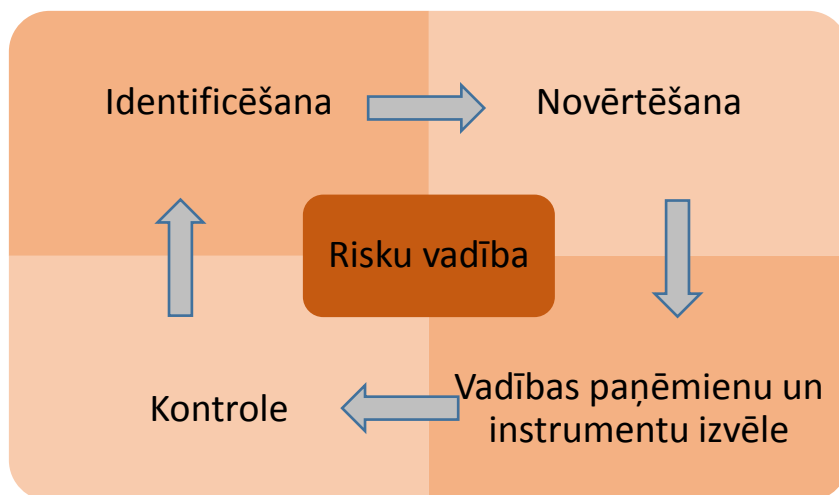
6.12. Tabulas īstermiņa saistības sadaļā ir iekļauta aizņēmuma summa, kas tiks atmaksāta nākamā gada laikā. Respektīvi, 2017.gada beigās īstermiņa saistībām ir nepieciešams būt vienādām ar 6.11. Tabulā uzrādīto atmaksāto pamatsummu 2018.gadā. Savukārt, 6.12. Tabulā pie ilgtermiņa saistībām ir nepieciešams uzrādīt summu, kas ir vienāda ar 6.11. Tabulā uzrādīto pamatsummas atlikumu perioda beigās un no tās atņēmot nākamajā gadā atmaksāto pamatsummu.

7. RISKI UN TO SAMAZINĀŠANAS PASĀKUMI

Riska vadības teorijas izpratnē uzņēmējdarbības risks tiek definēts kā uzņēmuma pakļautība dažādu nezināmu faktoru ietekmei, ko uzņēmumam jāizprot un efektīvi jāvada, īstenojot savas uzņēmējdarbības mērķu sasniegšanas un vērtības palielināšanas stratēģijas. Risku nevajadzētu saistīt tikai un vienīgi ar negatīvām parādībām, ar ko saskaras uzņēmums. Risks sevī ietver arī iespējas, ko uzņēmums varētu izmantot savā uzņēmējdarbībā.

Risku vadība ir strukturizēta un sistemātiska pieeja, kas, apvieno stratēģiju, procesus, cilvēkus, tehnoloģiju un zināšanas, lai novērtētu un vadītu tās neskaidrības, ar kurām uzņēmums sastopas vērtības radīšanas procesā. Riska vadība meklē kompromisu starp ieguvumiem no riska samazināšanas un riska samazināšanas izmaksām. Darbības, kas orientētas uz riska zaudējumu samazināšanu vienlaicīgi ved arī pie riska peļņas zaudēšanas. Jāatceras, ka visi lēmumi jāpieņem pirms iestāsies tā vai cita konkrēta situācija un nenoteiktība izzudīs.¹

Risku pārvaldīšanas politikas mērķis ir noteikt un aprakstīt uzņēmuma izmantojamo līdzekļu kopumu, ar kuru palīdzību var tikt maksimāli samazināta varbūtība uzņēmumam ciest zaudējumus gadījumos, kad uzņēmuma ieguldītie finansiālie, materiālie, intelektuālie līdzekļi un cilvēku resursi netiktu atmaksāti vai atgūti laikā vai pilnā apmērā vai arī uzņēmums ciestu cita veida zaudējumus vai negūtu plānoto peļņu, kā arī aizsargāt reputāciju un tēlu, nodrošināt atbilstību likumdošanas prasībām, minimizēt zaudējumus un ietekmi uz komercdarbību utt.



7.1.att SIA “HANG IT UP” risku pārvaldības process pirmajiem trim darbības gadiem

Pirmais solis risku vadībā ir risku identificēšana. Tad ir nepieciešams novērtēt identificētos riskus ar varbūtības un zaudējumu palīdzību. Tālāk tiek izvēlēti paņēmieni un

¹ Jaunzems, A. *Risku analīze un vadīšana*. Ventspils: Ventspils augstskola, 2009. – 361 lpp

instrumenti risku pārvaldībai. Beigās tiek realizēti pasākumi un notiek atgriezeniskā saite: atkārtota rezultātu novērtēšana un vadības darbību korekcija.¹

7.1. Risku identificēšana

Lai darba autors spētu nonākt pie secinājuma par to kādi riski un cik būtiski tie ir un kā var ietekmēt uzņēmumu, sākumā ir jāveic risku identificēšana. Identificējot riskus, darba autors arī noskaidros, kādas sekas šis risks var radīt uzņēmumam, lai tālāk spētu plēnot to, kādā veidā šo risku būtu iespējams mazināt.

7.2.Tabula

SIA “HANG IT UP” finanšu risku identificēšana 2017.gadā

Riska numurs	Riska veids	Riska izpausme	Riska ietekmes rezultāts (sekas)
1	Kredītrisks	Uzņēmums nespēs atmaksāt AFI ALTUM aizņemtās naudas līdzekļus	Iestājoties kredītriskam, uzņēmumam būtiski samazināsies apgrozāmie līdzekļi un nespējot norēķināties par saistībām AFI ALTUM var atsavināt izveidoto programmatūru un citus pamatlīdzekļus.
2	Likviditātes risks	Uzņēmums nespēs norēķināties par savām saistībām	Iestājoties likviditātes riskam, uzņēmums nespēs segt savas īstermiņa saistības, jo nebūs pietiekami daudz apgrozāmie līdzekļi. Nespējot norēķināties par saistībām, uzņēmums kurš apkalpos izveidoto programmatūru var nolemt pārtraukt atbalstu, kā rezultātā programmatūra nebūs izmantojama.
3	Procentu risks	EURIBOR procentu likme var strauji pieaugt.	Ņemot vērā to, ka procentu maksājumu apmērs būs tieši atkarīgs no EURIBOR likmes, tad strauji pieaugot šai likmei, uzņēmumam var rasties neparedzētas izmaksas.

¹ E.Fragniere, G.Sullivan *Risk Management*. Boston: Thomson NETg, p11

SIA "HANG IT UP" finanšu risku identificēšana 2017.gadā (turpinājums)

Riska numurs	Riska veids	Riska izpausme	Riska ietekmes rezultāts (sekas)
4	Juridiskais risks	Kāds no produkta patērētājiem iebildīs, ka tika uzņemta profila bilde.	Neiepazīstoties ar produkta lietošanas noteikumiem, produkta patērētājam var rasties pārsteigums, ka tiek uzņemta viņa profila bilde, par ko pēcāk var nolemt sūdzēties.
5	Stratēģiskais risks	Klienti neizvēlēsies izmantot produktu.	Ņemot vērā ka pašreiz garderobes izmantošanas princips ir ļoti primitīvs, tad klientiem var rasties nevēlēšanās izmantot produktu un tā vietā vēlēties palikt pie jau ierastās metodes.
6	Tehnoloģiskais risks	Izveidotā aplikācija var pārstāt darboties	Gadījumā, ja aplikācija apstātos un to nevarētu izmantot, tad klientiem varētu rasties vēlme vairs neizmantot šo produktu un vēlmi atgriezties atpakaļ pie iepriekšējās garderobes metodes.
7	Administratīvais risks	Uzņēmuma vadītājs nespēs tikt galā ar visiem administratīvajiem darbiem.	Nespējot tikt galā ir visiem administratīvajiem darbiem, uzņēmuma vadītājs var nepaspēt noorganizēt klientu apkalpošanu, problēmu risināšanu un sakontaktēšanos ar aplikācijas atbalstītājiem.
8	Likumdošanas risks	Saeima un MK var nolemt mainīt likumdošanu.	Mainoties likumdošanai, tas var būtiski ietekmēt uzņēmējdarbības apstākļus, jo īpaši mainoties nodokļu likmēm.

SIA “HANG IT UP” finanšu risku identificēšana 2017.gadā (turpinājums)

Riska numurs	Riska veids	Riska izpausme	Riska ietekmes rezultāts (sekas)
9	Konkurences risks	Tirgū parādās vēl kāds ar līdzīgu produktu.	Neņemot vērā jau pašreiz pastāvošo konkurenci, ir iespēja ka tirgū parādīsies vēl kāds uzņēmums, kurš piedāvās līdzīgu produktu. Ja šis jaunais uzņēmējs izmantotu agresīvu mārketinga stratēģiju, tad spētu ieņemt lielu daļu no tirgus.
10	Zaudētās reputācijas risks	Klienta atstātās mantas tiek atdotas citai personai.	Ņemot vērā to, ka uzņēmums sevi centīsies pozicionēt kā drošu vietu kur atstāt mantas un ka nav jāuztraucas, ka kāds cits spētu paņemt klienta mantas, tad gadījumā, ja šīs mantas tiktu atdotas citai personai, tad uzņēmums zaudētu reputāciju un klienti nevēlētos izmantot produktu.
11	Neparedzētu gadījumu risks	Nelabvēlīgas dabas stihijas.	Sakarā ar to, ka uzņēmums vasaras sezonā savu darbību veiks festivālos, tad iestājoties nelabvēlīgiem laikapstākļiem vai citām dabas stihijām, šie festivāli var būt ne tik apmeklēti, kā rezultātā uzņēmumam būtu mazāks klientu skaits.

7.1. Tabulā ir identificēti iespējamie riski, kādi var iestāties uzņēmumam, kā arī to izpausmes veidi un riska radītās sekas. Kopumā darba autors ir secinājis, ka uzņēmumam pastāv vienpadsmit riski kuri var ietekmēt uzņēmuma finansiālos rādītājus. Šie riski ir gan ārējie, gan iekšējie, gan finanšu, gan operacionālie, pēc kā darba autors uzskata, ka ir aptverta lielākā daļa iespējamo risku, kas var iestāties uzņēmumam. Lai darba autors saprastu, kura tieši persona vai departaments ir atbildīgs par iespējamo risku, tad tika izveidota 7.2. Tabula par uzņēmuma riska profila vadību.

SIA "HANG IT UP" uzņēmuma riska profila vadība 2017.gadā

Riska numurs	Riska veids	Atbildīgā struktūrvienība/ persona	Riska samazināšanas metodes/ pasākumi
1	Kredītrisks	Uzņēmuma vadība	Uzņēmuma vadībai jau laicīgi ir jānodrošina uzņēmumu klientu loks, lai uzsākot darbību uzreiz spētu gūt ieņēmumus. Līgumus būtu nepieciešams noslēgt uz pēc iespējas ilgākiem termiņiem un ņemot vērā sezonalitāti, arī ieplānot naudas līdzekļus aizņēmuma atmaksai.
2	Likviditātes risks	Finanšu departaments	Jau pietiekami laicīgi uzņēmumam ir jāsaplāno savi ieņēmumi un izmaksas, lai vienmēr likviditātes koeficients būtu vismaz virs 1, tādā veidā izvairoties no iespējamības, ka uzņēmums nespēs segt savas saistības.
3	Procentu risks	Finanšu departaments	Ņemot vērā to, ka uzņēmums nekādi nespēj ietekmēt EURIBOR procentu likmes, tad finanšu departamentam būtu nepieciešams izvērtēt, kāda ir iespējamība ka tuvākajā laikā būtiski augs EURIBOR likme un ja augs, tad vai būtu vai nebūtu izdevīgi izveidot finanšu instrumentu, kur fiksētu EURIBOR likmi.

SIA "HANG IT UP" uzņēmuma riska profila vadība 2017.gadā (turpinājums)

Riska numurs	Riska veids	Atbildīgā struktūrvienība/ persona	Riska samazināšanas metodes/ pasākumi
4	Juridiskais risks	Uzņēmuma vadība	Uzņēmuma darbības vietās izvietojot reklāmas stendus, lielu uzvaru būtu nepieciešams likt uz to, ka tiks uzņemta personas profila bilde, tādā veidā samazinot iespējamību, ka kādam būtu pārsteigums, ka viņš tiktu nobildēts.
5	Stratēģiskais risks	Mārketinga departaments	Lai maksimāli samazinātu patērētāju nevēlēšanos izmantot produktu, tad sākotnēji produktu būtu nepieciešams izvietot tādās vietās, kur lielākoties uzturas tikai jauni cilvēki, kuri ar lielāko prieku izmanto jaunākās tehnoloģijas.
6	Tehnoloģiskais risks	Aplikācijas izstrādātāji	Pirms produkta izvietojšanas un klientu apkalpošanas, būtu nepieciešama vairākkārtēja aplikācijas testēšana, cenšoties no programmatūras izslēgt maksimāli daudz iespējamās kļūdas, kas varētu novest pie pilnīgas aplikācijas darbības apstāšanās.
7	Administratīvais risks	Uzņēmuma vadība	Pietiekami laicīgi jau saplānot darba grafiku visiem nepieciešamajiem darbiem, kā arī atstāt kādu laiku brīvu priekš neparedzētiem darbiem.

SIA "HANG IT UP" uzņēmuma riska profila vadība 2017.gadā (turpinājums)

Riska numurs	Riska veids	Atbildīgā struktūrvienība/ persona	Riska samazināšanas metodes/ pasākumi
8	Likumdošanas risks	Uzņēmuma vadība	Nepieciešams sekot līdzi jaunākajām likuma izmaiņām valstī un nepieciešamības gadījumā restrukturizēt uzņēmumu, pielāgojoties izdevīgākajam variantam pēc likumdošanas izmaiņām.
9	Konkurences risks	Mārketinga departaments	Gadījumā, ja tirgū parādītos konkurents ar līdzīgu produktu, būtu nepieciešams izvērts vairākas reklāmas produkta popularizēšanai un komunikācijas uzturēšana ar jau esošajiem un plānotajiem klientiem, lai tie nenolētu mainīt produkta piegādātāju.
10	Zaudētās reputācijas risks	Konsultanti	Vienmēr kārtīgi pārliecināties, ka persona, kas ir bildē patiešām ir persona, kas vēlas izņemt mantas. Šaubi gadījumā palūgt klientam, lai nosauc pilnu tālruna numuru, kurš ir reģistrēts uz šo personu, tādā veidā minimizējot risku, ka mantas tiks atdotas nepareizajai personai.

SIA "HANG IT UP" uzņēmuma riska profila vadība 2017.gadā (turpinājums)

Riska numurs	Riska veids	Atbildīgā struktūrvienība/ persona	Riska samazināšanas metodes/ pasākumi
11	Neparedzētu gadījumu risks	Finanšu departaments	Plānojot finanšu plūsmu, jau laicīgi ieplānot arī iespējamību, ka dēļ laika apstākļiem nebūs iespējams ietirgot tik daudz līdzekļus, kā būtu gaidīts, ja laika apstākļi būtu ļoti labi, tādā veidā uzņēmums spēs izvairīties no neparedzētas situācijas, kad finanšu plūsmā tika iekļauti lielāki ieņēmumi ne kā patiesie ieņēmumi.

7.2. Tabulā darba autors ir izveidojis uzņēmuma riska profila vadību, kas sevī ietver visus iepriekš identificētos riskus, atbildīgo personu vai struktūrvienību un riska samazināšanas metodi. Analizējot iepriekš apkopotos datus, darba autors secina, ka lai nodrošinātu kvalitatīvu uzņēmuma darbību un mazinātu riskus, kas var ietekmēt uzņēmuma finanšu stāvokli, ir jāiesaistās visiem tā darbiniekiem un aplikācijas izstrādātājam. Ja visi būs iepazīstināti ar iespējamajiem riskiem, tad būs iespējams minimizēt riska iestāšanās varbūtību, jo visi zinās, kam tieši ir jāpievērš lielākā uzmanība un kā reaģēt iestājoties šim riskam.

Lai darba autors saprastu, kuriem riskiem ir jāpievērš vislielākā uzmanība, darba autors no iespējamajiem riskiem izveidos riska matricu, kura uzskatāmi parādīs, kuri riski ir ļoti būtiski un kuri ne tik ļoti.

7.4. Riska matricas (kartes) veidošana

Riska matricas veidošana uzņēmumam ir nozīmīgs process, jo tas palīdzēs saprast, kuriem riskiem būs jāpievērš pastiprināta uzmanība un kuriem ne tik ļoti. Lai spētu izveidot riska matricu, darba autoram sākotnēji ir jānosaka katra riska iestāšanās varbūtība un sekas, kādas šis risks var radīt.

SIA "HANG IT UP" risku sekas kritēriju noteikšana 2017.gadā

Kritērija Nr.	Kritērija nosaukums	Zaudējumi, % no apgrozījuma	Iespējamo zaudējumu apraksts
4.	Katastrofālas sekas	51-100	*Patērētāji neizvēlas izmantot produktu; *Klubi un bāri nevēlas atteikties no iepriekšējās garderobes sistēmas
3.	Kritiskas sekas	11-50	*Darbinieki uzvedas neētiski un neprofesionāli; *Tirgū parādās konkurents un pārvilina uzņēmuma klientus;
2.	Minimālas sekas	4-10	*Nobrūk serveri un aplikācija pārstāj darboties;
1.	Nenožīmīgas sekas	0-3	*Mainās likumdošana un uzņēmumam jāmaksā lielāki nodokļi; *nespēja laikus norēķināties ar kreditoriem

7.3 Tabulā darba autors ir noteicis sekas kritērijus, kas sevī ietver iespējamus zaudējumus, ja iestāsies risks, kā arī iespējamo zaudējumu apraksts. Darba autors šos kritērijus ir sadalījis četrās grupās – katastrofālas, kritiskas, minimālas un nenožīmīgas sekas. Lai izveidotu galējo riska matricu, darba autors katram no riska veidiem piešķirs kritērija nosaukumu un to apkopos 7.4 Tabulā.

SIA "HANG IT UP" risku ranžēšana pēc sekas kritērija 2017.gadā

Riska numurs	Riska veids	Sekas kritērija numurs
1	Kredītrisks	4
2	Likviditātes risks	2
3	Procentu risks	1
4	Juridiskais risks	3
5	Stratēģiskais risks	4
6	Tehnoloģiskais risks	2
7	Administratīvais risks	1
8	Likumdošanas risks	1

SIA “HANG IT UP” ranžēšana pēc sekas kritērija 2017.gadā (turpinājums)

Riska numurs	Riska veids	Sekas kritērija numurs
9	Konkurences risks	3
10	Zaudētās reputācijas risks	4
11	Neparedzētu gadījumu risks	2

7.4 Tabulā darba autors ir saraņžējis iespējamos riskus pēc sekas kritērija un iegūvis vispārēju ainu par to, kādus zaudējumus katrs risks spētu nodarīt, ja tas iestātos. Vislielākās sekas radītu kredītriska, stratēģiskā riska un reputācijas riska iestāšanās, jo šajos gadījumos uzņēmums vai nu paliktu bez izstrādātā produkta vai arī bez patērētājiem, kas ir uzņēmuma ieņēmumu avots. Savukārt vismazākās sekas radītu procentu risks, administratīvais risks un likumdošanas risks. Šo risku iestāšanās gadījumā uzņēmumam tiktu radīti nelieli zaudējumi, jo ja iestātos procentu risks, tas nozīmētu, ka EURIBOR likme per palielinājusies, bet izanalizējot vēsturiskos EURIBOR datus un aizņemtā kapitāla apmēru, procentu maksājumi nespētu tik ļoti ietekmēt uzņēmuma finansiālo stāvokli. Bet lai saprastu to, cik liela ir varbūtība, ka patiešām risks var iestāties, darba autors ir noteicis varbūtības kritērijus un tos pielāgojis katram riskam atsevišķi.

7.7.Tabula

SIA “HANG IT UP” risku varbūtības kritēriju noteikšana 2017.gadā

Kritērija nr.	Kritērija nosaukums	Iespējamais riska iestāšanās biežums
5.	Augsta varbūtība	Reizi 3 mēnešos
4.	Ļoti iespējama varbūtība	Reizi 6 mēnešos
3.	Iespējama varbūtība	Reizi 12 mēnešos
2.	Ļoti zema varbūtība	Reizi 24 mēnešos
1.	Praktiski nav iespējama vai reta varbūtība	Reizi 5 gados

7.5 Tabulā darba autors ir sarindojis riska iestāšanās varbūtības pielīdzinot to iespējamajam riska iestāšanās biežumam. Riska iestāšanās biežumus darba autors ir sadalījis piecās kategorijās, kuras turpmāk piemēros katram no riskiem, lai noskaidrotu katra riska iestāšanās biežumu un pēc tam spētu izveidot riska matricu.

SIA "HANG IT UP" risku ranžēšana pēc varbūtības kritērija 2017.gadā

Riska numurs	Riska veids	Varbūtības kritērija numurs
1	Kredītrisks	3
2	Likviditātes risks	4
3	Procentu risks	1
4	Juridiskais risks	2
5	Stratēģiskais risks	5
6	Tehnoloģiskais risks	5
7	Administratīvais risks	2
8	Likumdošanas risks	2
9	Konkurences risks	2
10	Zaudētās reputācijas risks	3
11	Neparedzētu gadījumu risks	3

7.6 Tabulā darba autors ir saraņžējis iepriekš izveidotos riska iestāšanās kritērijus ar riska veidiem un secinājis, ka lielākā iespēja, ka iestāsies risks ir stratēģiskajam riskam un tehnoloģiskajam riskam. Stratēģiskajam riskam ir liela varbūtība, ka tas var iestāties dēļ tā, ka produkts Latvijas tirgū būs jauns un patērētāji to nevēlēsies izmantot. Savukārt tehnoloģiskais riska iestāšanās varbūtība ir augsta, jo aplikācija vēl nav izveidota un kā jau visas tehnoloģijas, tās sākumā bieži apstājas un nedarbojas, bet pēc pirmajiem mēnešiem šīs problēmas būs novērstas un varbūtība šim riskam būtiski samazināsies.

Pēc iespējamo seku un iespējamās iestāšanās varbūtības noteikšanas, ir nepieciešams šos abus rādītājus apkopot un noteikt katram riskam tā līmeni.

SIA "HANG IT UP" riska līmeņa noteikšana 2017.gadā

Riska līmenis	no - līdz	Atzīme
Minimāls risks	0 - 3	
Zems risks	4 - 7	
Vidējs risks	8 - 11	
Augsts risks	12 - 15	
Maksimāls risks	16 - 20	

7.7 Tabulā darba autors ir noteicis piecus riska līmeņus – minimāls, zems, vidējs, augsts un maksimāls risks, kas tiek iegūts risku varbūtības kritērija numuru reizinot ar risku seku kritērija numuru. Katru no šiem līmeņiem tiek apzīmēts ar konkrētu krāsu, kura tiks ievietota 7.8. Tabulā, lai uzskatāmi būtu nosakāms, kurā riska līmenī atrodas katrs no riskiem.

7.10. Tabula

SIA “HANG IT UP” riska karte 2017.gadā

Varbūtība \ Sekas	1	2	3	4	5
1	3	7; 8			
2			11	2	6
3		4; 9			
4			1; 10		5

7.8 Tabulā ir izveidota riska karte, jeb riska matrica, kurā ir uzrādīti visi riski pēc to numuriem un attiecīgi no krāsas, kurā tas atrodas, ir iespējams noteikt kādsšim riskam ir riska līmenis. Kopumā no visiem 11 riskiem, trīs riskiem ir minimāls risks, trīs riskiem ir zems risks, diviem riskiem ir vidējs risks, diviem riskiem ir augsts risks un tikai vienam riskam ir maksimāls risks.

Minimāls riska līmenis ir izveidojies procentu, administratīvajam un likumdošanas riskam. Šie riski galvenokārt nav ietekmējami no uzņēmuma puses un ir paredzams, ka tie arī būtiski nemainīsies, jo būtiski mainoties gan EURIBOR likmēm un likumdošanai, tas būtiski ietekmētu lielāko daļu no Latvijas tautsaimniecības, kas atkal varētu novest pie finanšu krīzes visā valstī. Savukārt administratīvais risks ir pilnībā atkarīgs no uzņēmuma vadības. Ņemot vērā to, ka līdz uzņēmums būtu attīstījies, vienīgais darbinieks administrācijā būtu uzņēmuma vadība, tad būtu ļoti ieinteresēts, lai šis risks neiestājas un nepieciešamības gadījumā darīs visu nepieciešamo. Iestājoties minimālajam riska līmenim, uzņēmumam varētu rasties zaudējumi no aptuveni 350 EUR apmērā darbības pirmajā gadā līdz 1 350 EUR darbības trešajā gadā.

Zems riska līmenis ir izveidojies juridiskajam, konkurences un neparedzētu gadījumu riskam. Šie riski ir zema riska līmenī, jo to iestāšanās varbūtība ir salīdzinoši zema vai arī iespējamie zaudējumi no riska ir zemi. Konkurences riska iestāšanās uzņēmumam varētu nest lielus zaudējumus, bet tai pat laikā, iespējamība, ka šis risks iestāsies ir ļoti zema, jo uz doto brīdi tirgū nav šāds produkts, bet varētu parādīties, ja uzņēmumam veiktos labi un kāds cits arī mēģinātu to atkārtot. Savukārt, juridiskais risks ir zemā līmenī, jo konsultanti tiks apmācīti, lai maksimāli kvalitatīvi apkalpotu klientus un tiks izstrādāti aplikācijas lietošanas noteikumi,

kuriem klientam būs jāpiekrīt pirms reģistrēšanās. Iestājoties zemajam riska līmenim, uzņēmumam varētu rasties zaudējumi no aptuveni 500 – 6 600 EUR apmērā darbības pirmajā gadā līdz 1 800 – 22 750 EUR darbības trešajā gadā, atkarībā no tā, kurš tieši risks iestāsies, bet neskatoties uz to, ka iespējamie zaudējumi no riska ir augsti, tā iestāšanās varbūtība ir zema.

Vidējs riska līmenis ir likviditātes un tehnoloģiskajam riskam. Ņemot vērā to, ka produkts Latvijas tirgū vēl nav pārbaudīts un nav iespējams apgalvot, ka visi izmantos produktu, tad arī var iestāties likviditātes risks, jo var rasties situācija, ka uzņēmumam nebūs pietiekami daudz apgrozāmie līdzekļi, lai segtu savas saistības. Savukārt tehnoloģiskais risks ir vidējā līmenī, jo tiktu izveidota jauna aplikācija un tās darbības sākumā var rasties visdažādākās problēmas, bet ņemot vērā to, ka problēmu rašanās gadījumā uzņēmumam netiktu nodarīti pārlietu lieli zaudējumi, tad arī šis risks nekvalificējas kā augsts vai maksimāls risks. Iestājoties vidējam riska līmenim, uzņēmumam varētu rasties zaudējumi no aptuveni 500 – 1 300 EUR apmērā darbības pirmajā gadā līdz 1 800 – 4 500 EUR darbības trešajā gadā. Kaut gan zaudējumi no riskiem ar zemu riska līmeni ir augstāki, iespējamība, ka iestāsies riski ar vidēju riska līmeni, ir augstāka.

Augsts riska līmenis ir kredītriskam un zaudētas reputācijas riskam. Abi šie riski atrodas vienādā pozīcijā, jo abi iestāšanās gadījumā radītu katastrofālus zaudējumus uzņēmumam, bet to iestāšanās varbūtība nav tik augsta. Kredītrisks ir ļoti lielā mērā atkarīgs no stratēģiskā riska, tāpēc, kamēr neiestāsies stratēģiskais risks, visticamāk, neiestāsies arī kredītrisks. Savukārt, zaudētas reputācijas gadījumā klienti vairs neuzticēsies uzņēmuma produktam un to nevēlēsies izmantot, kas rezultēsies ar būtisku apgrozījuma kritumu. Iestājoties augstam riska līmenim, uzņēmumam varētu rasties zaudējumi no aptuveni 6 600 – 13 200 EUR apmērā darbības pirmajā gadā līdz 22 750 – 45 500 EUR darbības trešajā gadā.

Maksimāls riska līmenis ir stratēģiskajam riskam. Stratēģiskais risks būs ļoti svarīgs, pie kā uzņēmumam būs jāpiestrādā tā darbības sākumā, jo tad arī izšķirsies, vai uzņēmumam izdosies piesaistīt klientus, vai arī neviens nevēlēsies sadarboties, kā rezultātā uzņēmums nespēs gūt ieņēmumus un tas radīs katastrofālas sekas. Tad, kad uzņēmumam izdosies atrast pirmos sadarbības partnerus un ar tiem noslēgt sadarbības līgumus, šī riska līmenis samazināsies, jo samazināsies gan tā iestāšanās varbūtība, gan sekas. Iestājoties maksimālajam riska līmenim, uzņēmumam varētu rasties zaudējumi no aptuveni 6 600 – 13 200 EUR apmērā darbības pirmajā gadā līdz 22 750 – 45 500 EUR darbības trešajā gadā.

Izvērtējot riska matricu kā vienu kopumu, darba autors secina, ka uzņēmums būs riskants tā darbības sākumā, bet līdzko uzņēmumam izdosies atrast pirmos sadarbības partnerus, tā riska matrica būtiski mainīsies un riski, kas atrodas maksimālā un augstā riska līmenī, nobīdīsies līmeni uz leju.

IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. LR likums *Darba aizsardzības likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 105, 06.07.2001 (ar turpmākiem grozījumiem);
2. LR likums *Darba likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 105, 06.07.2001 (ar turpmākiem grozījumiem);
3. LR likums *Fizisko personas datu aizsardzības likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 123/124, 06.04.2000 (ar turpmākiem grozījumiem);
4. LR likumi *Komerclikums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 158/160, 04.05.200 (ar turpmākiem grozījumiem);
5. LR likums *Komerclikums*. LR AP un Valdības Ziņotājs, Nr. 11, 01.06.2000. (ar turpmākiem grozījumiem);
6. LR likums *Mikrouzņēmumu nodokļu likums*. Latvijas Vēstnesis Nr.131, 19.08.2010 (ar turpmākiem grozījumiem);
7. LR likums *Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 222, 12.11.2015;
8. LR likums *Darba aizsardzības likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 105, 06.07.2001 (ar turpmākiem grozījumiem);
9. LR MK noteikumi Nr. 585 *Noteikumi par grāmatvedības kārtošānu un organizāciju*, 2003. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=80418> (skatīts 12.04.2017);
10. LR MK noteikumi Nr. 775 *Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma piemērošanas noteikumi*. 2015. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/278844-gada-parskatu-un-konsolideto-gada-parskatu-likuma-piemerosanas-noteikumi> (skatīts 12.04.2017);
11. LR MK noteikumi Nr. 96 *Nodokļu un citu maksājumu reģistrēšanas elektronisko ierīču un iekārtu lietošanas kārtība*, 2014. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=265487> (skatīts 12.04.2017);
12. **Burke R.** *Project Management planing & control techniques*. New York: Wiley, 1999. p53;
13. **Diderihs H.** *Uzņēmuma ekonomika*. Rīga: Zinātne, 2000. 66 lp;
14. **E.Fragniere, G.Sullivan** *Risk Management*. Boston: Thomson NETg, p11;
15. **Jaunzems, A.** *Risku analīze un vadīšana*. Ventspils: Ventspils augstskola, 2009. – 361 lpp;
16. **Jonahtan A. Obar and Anne Oeldorf-Hirsc** *The biggest lie on the internet: Ignoring the privacy policy and terms of service policies of social networking services*. York University, Quelle Center, Michigan state University and University of Connecticut, 2016. 2 p., pieejams: https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_comments/2016/10/00067-129185.pdf (skatīts 26.03.2017);

17. **Moriss M.**, *Veiksmīga biznesa sākums*. SIA “Multineo”, Rīga 2008, 279 lp;
18. **Rurāne M.** *Uzņēmējdarbības organizācija un plānošana*. Rīga, SIA “Biznesa augstskola Turība”, 2002. 111 lpp;
19. **Seth C.**, *SWOT analysis*, Belgium, Namur: 50minutes.com, 2015, p 5;
20. **U.S. Department of Agriculture**, *SWOT Analysis: A Tool for Making Better Business Decisions*, Risk Management Agency, 2008, p 2;
21. **V. Praude**. *Mārketings. 2. grāmata. Teorija un prakse, trešais pārstrādātais un papildinātais izdevums*, Rīga: Burtene, 2012, 228. lpp;
22. **ACME MH03 UNIVERSAL SIZE CAR HOLDER** Pieejams: http://www.1a.lv/telefoni_plansetdatori/plansetdatori_elasitaji_aksesuari/citi_aksesuari_plansetdatoriem/acme_mh03_universal_size_car_holder (skatīts 17.05.2017);
23. *Aizdevuma likmes euro*, pieejams: <http://www.kase.gov.lv/l/aizdevumu-likmes-euro/6792> (skatīts 10.04.2017);
24. *Cinkoti plaukti, plauktu sistēma HI 280* Pieejams: <http://noliktavupasaule.lv/cinkoti-plaukti/> (skatīts 17.05.2017);
25. *Definition of Private Investor*. Pieejams: <https://www.sapling.com/5184491/definition-private-investor> (skatīts 05.03.2017);
26. *Galvenie makroekonomiskie rādītāji un prognozes*, pieejams - http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/tautsaimniecibas_analize/tautsaimniecibas_analize/galvenie_makroekonomiskie_raditaji_un_prognozes/ (skatīts 12.04.2017);
27. *Huawei MediaPad T1 10 Wi-Fi* Pieejams: <http://220.lv/lv/plansetdatori/plansetdatori/plansetdators-huawei-mediapad-t1-10-wi-fi?id=1268280> (skatīts 17.05.2017);
28. *Iekšzemes kopprodukts*, pieejams - http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/ekfin/ekfin_ikgad_ikp/IK10_0010.px/?rxid=cdbc978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0 (skatīts 11.04.2017);
29. *Individuālā komersanta reģistrēšana*. Pieejams: <http://www.ur.gov.lv/registri.html> (skatīts 26.02.2017);
30. *Kas mēs esam*. Pieejams - <https://www.altum.lv/lv/par-altum/kas-mes-esam/> (skatīts 10.04.2017);
31. *Lielformāta PVC baneru druka* Pieejams: <http://24printing.lv/lielformata-druka/druka-uz-pvc-banera/> (skatīts 17.05.2017);
32. *Meklēšana NACE aktuālajā redakcijā 2.0*, pieejams - <https://nace.lursoft.lv/52.10/uzglabasana-un-noliktavu-saimnieciba/companies/?vr=3&old=0> (skatīts 11.04.2017);

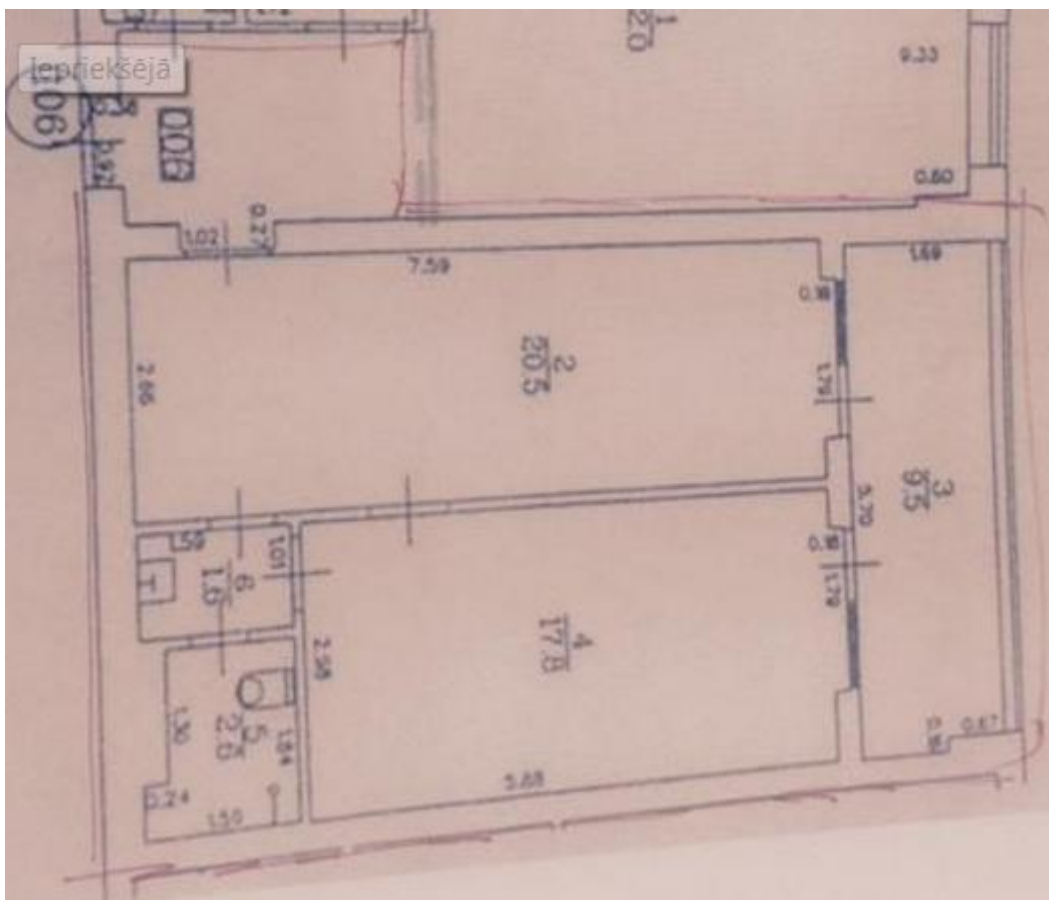
33. *Nodokļu un nodevu sistēma Latvijā.* LR FM, pieejams: http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/nodoklu_politika/nodoklu_un_nodevu_sistema_latvija/ (skatīts 09.05.2017);
34. *Pakaramais drēbju plastmasas 47x5.5cm melns 2000509449933 WG-47 PS CZ* Pieejams: <http://www.skards.lv/p/pakaramais-drebju-plastmasas-47x5-5cm-melns-2000509449933-wg-47pscz> (skatīts 17.05.2017);
35. *Par akcelerācijas fondu programmu,* pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/akselerācijas-fondi/par-programmu/> (skatīts 10.04.2017);
36. *Par atbalsta programmu start-up uzņēmumu apmācībā,* pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/atbalsts-start-up-uznemumu-apmacibai/par-programmu/> (skatīts 10.04.2017);
37. *Par biznesa eņģeļu un ALTUM pilotprojektu,* pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/aizdevumi-biznesa-engelu-finansetiem-projektiem/par-projektu/> (skatīts 10.04.2017);
38. *Par mikrokreditēšanas programmu.* Pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/mikrokrediti-1/par-programmu/> (skatīts 10.04.2017);
39. *Par sēklas un sākuma riska kapitāla programmu,* pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/seklas-un-sakuma-riska-kapitals/par-programmu/> (skatīts 10.04.2017);
40. *Par sociālās uzņēmējdarbības programmu,* pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/socialas-uznemejdarbibas-programma/par-programmu/> (skatīts 10.04.2017);
41. Patēriņa kredīts Pieejams: <http://www.seb.lv/kreditu-un-lizings/kreditu-ikdienai/paterina-kredits#iespejas> (skatīts 17.05.2017);
42. *Privātie investori.* Pieejams: <http://www.naudabiznesam.lv/finansejums/nauda-biznesa-uzsaksanai/privatie-investori/> (skatīts 05.03.2017);
43. *Reklāmas stends – X – Baner ar druku* Pieejams: <http://www.mixmax.lv/product/reklamas-stends-x-baner-2/> (skatīts 17.05.2017);
44. *Saimnieciskās darbības veicēji.* Pieejams: <https://www.vid.gov.lv/lv/saimnieciskas-darbibas-veiceji> (skatīts 26.02.2017);
45. *Saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija Eiropas Kopienā, 2.redakcija,* pieejams - <http://www.csb.gov.lv/node/29900/list/4/0> (skatīts 11.04.2017);

46. *Saliekams galdiņš ELYPSE* Pieejams: <http://www.mixmax.lv/product/saliekams-galdins-elypse/> (skatīts 17.05.2017);
47. *Starta aizdevums.* Pieejams - <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/biznesa-uzsacejiem/starta-programma/par-starta-programmu/> (skatīts 10.04.2017);
48. *Strādājošo mēneša vidējā darba samaksa Latvijas statistiskajos reģionos (euro),* pieejams - http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala_ikgad_dsamaksa/DS0050_euro.px/?rxid=cdbc978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0 (skatīts 12.04.2017);
49. *Telts 5m x 5m* Pieejams: <http://teltispasakumiem.lv/telts-noma-5mx5m.html> (skatīts 17.05.2017);
50. *Uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji,* pieejams - http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/rupnbuvm/rupnbuvm_ikgad_uzndarb/SB0010.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe (skatīts 11.04.2017);
51. *Sabiedrības ar ierobežotu atbildību un sabiedrības ar ierobežotu atbildību, kuras pamatkapitāls ir mazāks par 2800 euro reģistrēšana.* Pieejams: <http://www.ur.gov.lv/registri.html> (skatīts 26.02.2017);

PIELIKUMI

Pielikums Nr.1

Attēls Iespējamās biroja telpas plānojums.



Pielikums Nr.2

Tabula Ēdināšanas pakalpojumu apgrozījums, tūkst.euro¹

Gads	Apgrozījums (tūkst euro), Latvijā	Apgrozījums (tūkst euro), Rīgas reģionā	Attiecība	Izmaiņas pret iepriekšējo periodu	Izmaiņas pret iepriekšējo periodu, %
2011	341 089	230 499	68%		
2012	404 478	285 260	71%	54 761	24%
2013	454 113	329 130	72%	43 870	15%
2014	483 523	331 260	69%	2 130	1%
2015	535 486	373 622	70%	42 362	13%

¹ Uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji, pieejams - http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/rupnbuvn/rupnbuvn_ikgad_uzndarb/SB0010.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe (skatīts 11.04.2017)

Ņemot vērā to, ka CSP pieejamajos datos nav informācijas par ēdināšanas pakalpojumu apgrozījumu Rīgas reģionā, tad darba autors pamatojoties uz to, ka korelācija starp ēdināšanas pakalpojumu apgrozījumu Latvijā un Rīgas reģionā laika posmā no 2011.gada līdz 2014.gadam ir 98,32%, tad darba autors ir aprēķinājis ikgadējo attiecību apgrozījumam Rīgas reģionā pret apgrozījumu Latvijā un balstoties uz iegūtajiem rezultātiem, darba autors aprēķināja vidējo attiecību, kuru darba autors piemēro 2015.gadam. 2015.gadā iegūto attiecību darba autors piemēroja apgrozījumam Latvijā, tādā veidā iegūstot apgrozījumu Rīgas reģionā.

Pielikums Nr.3

Tabula Bāru darbības apgrozījums, tūkst.euro¹

Gads	Apgrozījums (tūkst euro), Latvijā	Ēdināšanas pakalpojumu Apgrozījums (tūkst euro), Latvijā	Attiecība	Apgrozījums (tūkst euro), Rīgas reģionā	Izmaiņas pret iepriekšējo periodu	Izmaiņas pret iepriekšējo periodu, %
2011	41 365	341 089	12%	27 953		
2012	45 387	404 478	11%	32 009	4 056	15%
2013	48 860	454 113	11%	35 413	3 403	11%
2014	46 416	483 523	10%	31 799	(3 613)	-10%
2015	49 212	535 486	9%	34 336	2 537	8%

Ņemot vērā to, ka CSP pieejamajos datos nav informācijas par bāru darbības apgrozījumu Rīgas reģionā, tad darba autors šos datus ir aprēķinājis. Pirms bāru darbības apgrozījuma aprēķina, darba autors aprēķināja korelāciju starp bāru darbības apgrozījumu Latvijā un ēdināšanas pakalpojumu apgrozījumu Latvijā. Iegūtā korelācija ir 89% un darba autors uzskata, ka šāda korelācija ir pietiekami augsta, lai uzskatītu, ka šie divi rādītāji ir saistīti. Balstoties uz to, ka korelācija starp bāru darbības un ēdināšanas pakalpojumu apgrozījumu ir augsta, tad darba autors aprēķināja attiecību starp bāru darbības un ēdināšanas pakalpojumu apgrozījumu. Iegūto attiecību darba autors izmantoja, lai aprēķinātu bāru darbības apgrozījumu Rīgas reģionā. Aprēķinā tika izmantoti dati no Pielikums Nr.1 par ēdināšanas pakalpojumu apgrozījumu Rīgas reģionā un šos datus pareizinot ar iegūto attiecību. Darba autors uzskata, ka tas ir adekvāti izmantot datus par ēdināšanas pakalpojumu apgrozījumu Rīgas reģionā, jo šiem datiem ir 98% korelācija ar ēdināšanas pakalpojumu apgrozījumu Latvijā, kuriem atkal ir 89% korelācija ar bāru darbības apgrozījumu Latvijā.

¹ Uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji, pieejams - http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/rupnbuvm/rupnbuvm_ikgad_uzndarb/SB0010.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe (skatīts 11.04.2017)

Tabula SIA "HANG IT UP" pamatlīdzekļu saraksts un nolietojums finanšu vajadzībām 2017. – 2019.gadam

Pamatlīdzekļa nosaukums	Iegādes datums	Iegādes vērtība	Lietderīgās lietošanas laiks	Nolietojums finanšu vajadzībām, 2017	Bilances vērtība uz 31.12.2017	Nolietojums finanšu vajadzībām, 2018	Bilances vērtība uz 31.12.2018	Nolietojums finanšu vajadzībām, 2019	Bilances vērtība uz 31.12.2019
Aplikācija	Jūnijs, 2017	15 000,00	60	1 500,00	13 500,00	3 000,00	10 500	3 000,00	7 500,00
Planšetdators_1	Jūnijs, 2017	140,00	24	35,00	105,00	70,00	35,00	35,00	-
Planšetdators_2	Jūnijs, 2017	140,00	24	35,00	105,00	70,00	35,00	35,00	-
Stends	Jūnijs, 2017	250,00	36	41,67	208,33	83,33	125,00	83,33	41,67
Plaukti	Jūnijs, 2017	274,00	24	68,50	205,50	137,00	68,50	68,50	-
Palnšetdators_3	Septembris, 2018	140,00	24	-	-	17,50	122,50	70,00	52,50
Palnšetdators_4	Septembris, 2019	140,00	24	-	-	-	-	17,50	122,50
Palnšetdators_5	Septembris, 2019	140,00	24	-	-	-	-	17,50	122,50
Kopā		16 224,00		1 680,17	14 123,83	3 377,83	10 886,00	3 326,83	7 839,17

Tabula SIA "HANG IT UP" aizņēmuma atmaksas grafiks 2017. – 2022.gadam

2017.gads	Jūlijs	Augusts	Septembris	Oktobris	Novembris	Decembris
Pamatsummas atlikums perioda sākumā	17 200	16 957	16 712	16 466	16 219	15 970
Procenti	93	92	91	89	88	87
Pamatsummas atmaksa	243	245	246	247	249	250
Kopējais maksājums	337	337	337	337	337	337
Pamatsummas atlikums perioda beigās	16 957	16 712	16 466	16 219	15 970	15 720

2018.gads	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Maijs	Jūnijs	Jūlijs	Augusts	Septembris	Oktobris	Novembris	Decembris
Pamatsummas atlikums perioda sākumā	15 720	15 468	15 216	14 962	14 706	14 449	14 191	13 931	13 670	13 408	13 144	12 878
Procenti	85	84	82	81	80	78	77	75	74	73	71	70
Pamatsummas atmaksa	251	253	254	255	257	258	260	261	262	264	265	267
Kopējais maksājums	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337
Pamatsummas atlikums perioda beigās	15 468	15 216	14 962	14 706	14 449	14 191	13 931	13 670	13 408	13 144	12 878	12 612

2019.gads	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Maijs	Jūnijs	Jūlijs	Augusts	Septembris	Oktobris	Novembris	Decembris
Pamatsummas atlikums perioda sākumā	12 612	12 343	12 074	11 803	11 530	11 256	10 980	10 703	10 425	10 145	9 863	9 580
Procenti	68	67	65	64	62	61	59	58	56	55	53	52
Pamatsummas atmaksa	268	270	271	273	274	276	277	279	280	282	283	285
Kopējais maksājums	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337
Pamatsummas atlikums perioda beigās	12 343	12 074	11 803	11 530	11 256	10 980	10 703	10 425	10 145	9 863	9 580	9 295

2020.gads	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Maijs	Jūnijs	Jūlijs	Augusts	Septembris	Oktobris	Novembris	Decembris
Pamatsummas atlikums perioda sākumā	9 295	9 009	8 721	8 432	8 141	7 849	7 555	7 259	6 962	6 663	6 363	6 061
Procenti	50	49	47	46	44	43	41	39	38	36	34	33
Pamatsummas atmaksa	286	288	289	291	292	294	296	297	299	300	302	304
Kopējais maksājums	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337
Pamatsummas atlikums perioda beigās	9 009	8 721	8 432	8 141	7 849	7 555	7 259	6 962	6 663	6 363	6 061	5 757

2021.gads	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Maijs	Jūnijs	Jūlijs	Augusts	Septembris	Oktobris	Novembris	Decembris
Pamatsummas atlikums perioda sākumā	5 757	5 452	5 145	4 836	4 526	4 214	3 900	3 584	3 267	2 948	2 628	2 306
Procenti	31	30	28	26	25	23	21	19	18	16	14	12
Pamatsummas atmaksa	305	307	309	310	312	314	315	317	319	321	322	324
Kopējais maksājums	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337	337
Pamatsummas atlikums perioda beigās	5 452	5 145	4 836	4 526	4 214	3 900	3 584	3 267	2 948	2 628	2 306	1 981

2022.gads	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Maijs	Jūnijs
Pamatsummas atlikums perioda sākumā	1 981	1 656	1 328	999	668	335
Procenti	11	9	7	5	4	2
Pamatsummas atmaksa	326	328	329	331	333	335
Kopējais maksājums	337	337	337	337	337	337
Pamatsummas atlikums perioda beigās	1 656	1 328	999	668	335	(0)

Maģistra darbs „PROJEKTS: SIA “HANG IT UP” DIBINĀŠANA” izstrādāts LU Biznesa, Vadības un Ekonomikas fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors: _____ Jānis Zāle

(personiskais paraksts)

Rekomendēju/nerekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītājs: Mg.ekon., Lekt. Līga Leitāne _____

(personiskais paraksts un datums)

Recenzents: Dr.ekon., Aasoc.profes. Marina Kudinska

Darbs iesniegts Studiju centrā: _____

Dekāna pilnvarotā persona: studiju metodiķe Astra Zaļkalne _____

(personiskais paraksts)

Darbs aizstāvēts maģistra gala pārbaudījuma komisijas sēdē:

____.____.2017. prot. Nr. _____

Komisijas sekretārs: _____