

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
EKONOMIKAS UN VADĪBAS FAKULTĀTE
FINANŠU KATEDRA

PROJEKTS: UZŅĒMUMA „YOURWAY” DIBINĀŠANA

MAĢISTRA DARBS

Autore: Profesionālās maģistra programmas
Finanšu ekonomika 2.kursa studente
Veronika Afanasjeva
Stud. apl. Nr. av08049

Darba vadītājs: M. ekon., lektore Līga Leitāne

RĪGA 2013

SATURS

| | |
|--|-----|
| ANOTĀCIJA..... | 4 |
| ABSTRACT | 9 |
| 1. PROJEKTA IDEJA, AKTUALITĀTE..... | 14 |
| 2. UZŅĒMUMS | 19 |
| 2.1. Uzņēmuma juridiskā forma, nosaukums, atrašanās vieta | 19 |
| 2.2. Pamatkapitāls, īpašnieki, to līdzdalība pamatkapitālā | 22 |
| 2.3. Zeme, ēkas, pamatlīdzekļi (īpašumā vai nomāti) | 23 |
| 2.4. Uzņēmuma organizatoriskā struktūra un vadība, nodarbināto skaits | 27 |
| 2.5. Ārējā finansējuma piesaistes iespēju analīze | 36 |
| 3. NOZARES IZPĒTE | 40 |
| 3.1. Nozares attīstības tendences pēdējos 3-5 gados | 40 |
| 3.2. Nozares attīstības perspektīvas turpmākajos 3-5 gados..... | 49 |
| 3.3. Nozares tiesiskais regulējums | 51 |
| 4. UZŅĒMUMA DARBĪBAS RAKSTUROJUMS, PRODUKTI, PAKALPOJUMI..... | 56 |
| 4.1. Uzņēmuma pakalpojumu raksturojums | 56 |
| 4.2. Izejvielu un materiālu īss raksturojums, piegādātāji..... | 65 |
| 5. MĀRKETINGS | 68 |
| 5.1. Uzņēmuma sniedzamo pakalpojumu būtiskāko noieta tirgu izpēte..... | 68 |
| 5.2. Uzņēmuma klientu analīze..... | 71 |
| 5.3. Uzņēmuma svarīgākie konkurenti, to tirgus daļas un attīstības prognozes | 74 |
| 5.4. Uzņēmuma konkurētspējas analīze..... | 79 |
| 5.5. Uzņēmuma mārketinga stratēģijas raksturojums | 84 |
| 6. PROJEKTA ĪSTENOŠANAS PLĀNS | 87 |
| 6.1. Projekta mērķis un uzdevumi..... | 87 |
| 6.2. Projekta īstenošanai nepieciešamie resursi | 88 |
| 6.3. Projektu ietekme uz apkārtējo vidi | 93 |
| 6.4. Projekta īstenošanas secība, posmi | 94 |
| 7. PROJEKTA FINANŠU PLĀNS | 96 |
| 7.1. Pieņēmumi, uz kuriem balstīta finanšu prognoze | 96 |
| 7.2. Uzņēmuma ieņēmumu plāns..... | 99 |
| 7.3. Peļņas un zaudējumu aprēķins | 100 |
| 7.4. Uzņēmuma naudas plūsmas pārskats..... | 102 |

| | |
|---|-----|
| 7.5. Uzņēmuma bilance par 3 gadiem..... | 103 |
| 7.6. Projekta atmaksāšanas laiki | 104 |
| 7.7. Kredīta dzēšanas grafiks | 105 |
| 8. RISKI UN TO SAMAZINĀŠANAS PASĀKUMI | 107 |
| IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS..... | 119 |
| PIELIKUMI..... | 122 |
| 1.pielikums Projekta Ganta shēma..... | 123 |
| 2.pielikums Uzņēmuma ieņēmumu plāns 2013.-2015.g..... | 126 |
| 3.pielikums Peļņas vai zaudējumu aprēķins 2013.-2015.g..... | 127 |
| 4.pielikums Pamatlīdzekļu nolietojums 2013.-2015.g..... | 130 |
| 5.pielikums Darba devēja izmaksas darba personālam 2013.-2015.g. | 131 |
| 6.pielikums UIN nodokļa aprēķins 2014.-2015.g..... | 132 |
| 7.pielikums Naudas plūsmas pārskats 2013.-2015.g. | 133 |

ANOTĀCIJA

Maģistra darba mērķis ir izstrādāt uzņēmuma dibināšanas projektu, un, projekta novērtēšanai, veikt nepieciešamos aprēķinus, analīzi un pētījumus.

Maģistra darba izstrādes laikā tika izvērtēts jaunā uzņēmuma SIA „YourWay” dibināšanas process un veikta analīze pirmajiem trim uzņēmuma darbības gadiem.

Galvenā ideja, kura aprakstīta projekta pirmajā nodaļā, ir izveidot konkurētspējīgu uzņēmumu- restorānu ar unikālu pakalpojuma veidu: iespēju apmeklēt telpu, kuras sienas būs pārklātas ar dažāda veida saldējuma tilpumiem, kas apmeklētājiem dos iespēju saņemt neaizmirstamās emocijas, ņemot saldējuma bumbulīšus ar speciālā trauka palīdzību uzreiz no sienām un ielikt sev bļodā. Kā arī, restorāna pakalpojumos ietilpst iespēja pasūtīt garšīgus dzērienus un desertu, veikt restorāna produkcijas pasūtījumu uz mājām un rezervēt galdiņus restorāna telpās svinīgiem pasākumiem.

Projekta galvenie dibināšanas mērķi ir:

- Mērķtiecīgi piesaistīt klientus no ārzemēm (tūristus) un no citām Latvijas pilsētām, tādējādi paplašinot klientu segmentu;
- Nodrošināt jaunu darba vietu piedāvājumu Latvijā;
- Peļņas gūšana- nostiprinot savas pozīcijas pakalpojumu sfērā, piesaistot lielāku klientu loku, peļņai jāpalielinās saskaņā ar tās izmaiņām;
- Nostiprināt savu stāvokli tirgū, kā labāko ēdināšanas un izklaides pakalpojumu sniedzēju savā jomā, kas apvieno divas sfēras vienlaikus (ēdināšana un izklaide);
- Personīgo, oficiālo un biznesa attiecību nostiprināšana, kā arī valsts ekonomikas kopumā attīstības veicināšana;
- Cieņas no klientu, partneru, piegādātāju un konkurentu puses iekarošana, pateicoties nevainojamai apkalpošanai, produkta kvalitātei, tēlam, un attiecīgi — uzņēmuma reputācijai;
- Sava veida pozitīvu emociju “ģeneratora” izveide apkārtējiem un īpaši uzņēmuma klientiem, pateicoties servisam un sekošanai standartiem un korporatīvās kultūras principiem.

Restorāna nosaukums: „YourWay” (angl. „your way”), kas tulkojumā nozīmē: „tavs ceļš”, ir izveidojies tieši tāds, jo restorāns iekšā izskatīsies kā gara ēka no trim telpām, un apmeklējot tās, klienti izies noteiktu „ceļu” - sākumā ieies vienā telpā, kur

saņems bļodas saldējumam un karotes, kā arī speciāli uzšūtas mantijas, lai, ieejot nākošajā telpā klientiem būtu ērti un silti; pēc tam otrajā telpā, kas būs restorāna „unikāls” piedāvājums: telpa būs līdzīga lielai saldētavai, kuras sienas būs pārklātas ar saldējuma tilpumiem, kas dos iespēju klientiem, ar speciālās karotes palīdzību, noņemt saldējumu no sienām sev bļodā; un trešajā telpā, kur klienti varēs baudīt savu ēdienu- sanāc viens „ceļš”, atpakaļ klienti var atgriezties tikai sākot „ceļu” no jauna.

Restorāna īpašnieki nomās restorāna telpu Latvijā, Vecrīgas centrā, un plāno apkalpot vietējos iedzīvotājus un ārzemju tūristus. Darbības uzsākšanai tiks ieguldīts pamatkapitāls 2000 LVL apmērā, kā arī tiks ņemts aizdevums bankā: 27 000 LVL. Uzņēmums nodarbinās 9 cilvēkus.

Projekta aktualitāte ir pamatota ar statistisku datu analīzi par pēdējiem trim pieciem gadiem. Tika apskatīts izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu kopējais pievienotās vērtības īpatsvars, kas ar katru gadu palielinās, kopējais uzņēmumu skaits Latvijā, kas ir saistīti ar ēdināšanas pakalpojumiem, ēdināšanas uzņēmumu apgrozījumu indeksu izmaiņas, darba algu apmērs šajā nozarē, mājsaimniecību izdevumu īpatsvars ēdināšanas sfērā un citi rādītāji, kas apstiprināja restorāna dibināšanas aktualitāti.

Darba gaitā tika aprakstīti restorāna pakalpojumi, cenu izvēle un kvalitāte, detalizēti aprakstītas produktu īpašības un apkalpošana. Ir izveidots darbībai nepieciešamo izejvielu un materiālu raksturojums, izvēlēti piegādātāji, ar kuriem uzņēmums sadarbosies.

Lai varētu noteikt kas un cik liels būs restorāna patērētāju segments, tika veikta būtiskāko noieta tirgus izpēte, kuras rezultātā tika secināts, ka uzņēmums orientējās uz vietējo iedzīvotāju apkalpošanu Rīgas un Pierīgas rajonā, kā arī būtiska klientu plūsma tiek prognozēta no ārzemju tūristu puses: Vecrīga ir tā vieta, kurā ir liela tūristu plūsma, it īpaši pavasara un vasaras sezonā, kas ļaus restorānam paplašināt apkalpojamo klientu skaitu. Tika noteikts, kādi klientu segmenti visbiežāk apmeklēs restorānu: vecuma robežās no 6 līdz 29 gadiem, kā arī klienti ar ģimenēm virs 3 cilvēkiem, bez dzimuma un reliģijas ierobežojumiem, jauni, precējušies, aktīvi, sporta un atpūtas cienītāji.

Uzņēmuma pakalpojums ir „unikāls”, tāpēc tieši tāda restorāna Latvijā vēl nav. Tomēr ir restorāni un kafejnīcas ar līdzīgiem pakalpojumiem, kuri tiek uzskatīti par uzņēmuma konkurentiem. Konkurentu starpā ir sasaldētā jogurta kafejnīca „Yo Yo Frozen Yoghurt”, kas piedāvā klientiem pašiem izveidot savu jogurta saldējuma desertu, klāt pievienojot dažādas piedevas pēc pašu izvēles (tiek uzskatīts par galveno restorāna konkurentu), kā arī saldējuma un ēdienu kafejnīca „Leduspuķe” un „Coffee inn” kafijas un desertu kafejnīca, kura pēc izvietojanas atrodas tuvu restorānam „YourWay”. Detalizētāk

tika izskatītas restorāna priekšrocības un trūkumi, salīdzinoši ar galveno konkurentu („Yo Yo Frozen Yoghurt”), pēc kā tika secināts, ka restorānam nākotnē ir vērts izskatīt no jauna cenu politiku un izskatīt iespēju atvērt restorānu tīklu.

Restorāna konkurētspējas noteikšanai ir veikta uzņēmuma produktu, kvalitātes, apkalpošanas, atrašanās vietas analīze, kā arī pēc SVID metodes veikti secinājumi par uzņēmuma priekšrocībām un trūkumiem: par galveno no priekšrocībām var minēt restorāna „unikalitāti”, mazu konkurentu skaitu, uzsvāru uz kvalitatīvu apkalpošanu un izstrādāto reklāmas kampaņu, pieejamo un viegli sasniedzamo atrašanās vietu. Trūkumi un draudi ir sekojošie: salīdzinoši jauns pakalpojums, kam vēl ir jāiegūst uzticību iedzīvotāju vidū, sezonalitāte- lielākā klientu plūsma ir plānota pavasara un vasaras sezonā, konkurentu straujākā attīstība nākotnē, tehniskās sistēmas nepilnības, kas saistītas ar restorāna otrās telpas apkalpošanu (saldētavu).

Tika izveidota reklāmas kampaņa, kuras laikā būs dibināta restorāna mājas lapa, logotips, izstrādāti interneta baneri, izveidoti profili sociālajos tīklos, kā arī uzņēmums izmantos radio reklāmas pakalpojumus, iespīestās reklāmas iespēju (ir izvēlēta viena avīze un divi žurnāli, kuros būs izvietota informācija par restorānu), baneri un tirdzniecības centru skatlogu aplīmēšana ar plakātiem.

Lai varētu piesaistīt pēc iespējas vairāk klientu uzņēmuma pirmajā darbības laikā, reklāmas kampaņa tiks izveidota dažas nedēļas pirms restorāna darbības uzsākšanas, un, vēlāk, tiks atkārtota tuvāk vasaras sezonai katrā gadā un tuvāk rudens sezonai, tādējādi pieturot klientu ieinteresētību.

Lai varētu veiksmīgi un laicīgi dibināt uzņēmumu, ir izstrādāts projekts, kurā ir aprakstīti dibināšanas posmi, laiki, resursi un izmaksas. Dibināšanas pamat posmu ir divpadsmit, projekts tiks uzsākts ar 2013. gada 1. maiju un tiks turpināts līdz 2013. gada 1. oktobrim, kas arī ir noteikts par restorāna pirmo darbības dienu. Kopējais īstenošanas laiks ir 115,62 dienas. Pirms izveidot plānu, bija definēta projektā iesaistīto personu atbildība par projekta posmiem: par nozīmīgāko daļu no projekta posmiem ir atbildīgi restorāna īpašnieks un līdzīpašnieks, kā arī, vairākos posmos tika pieaicināti sadarbības partneri: reklāmas aģentūra, būvdarbu un remontdarbu komanda un dizaineru komanda. Šāda projekta jeb plāna realizēšana pieprasa kopējās izmaksas uz summu: 28 599 LVL: tika reģistrēts uzņēmums, iegādāti pamatlīdzekļi, veikti remonta un dizaina darbi telpās, pieņemts lēmums par aizdevuma nepieciešamību un noformēts līgums ar banku, izvēlēta restorāna īrētu telpu atrašanās vieta, saplānota cenu stratēģija, atrasts, intervēts un pieņemts darbā apkalpojošais personāls un vairākas citas aktivitātes.

Lai varētu izpētīt uzņēmuma spēju eksistēt un veiksmīgi darboties, ir nepieciešams veikt finanšu prognozi. Darba gaitā tika veikta finanšu prognoze laika posmam no 2013.gada līdz 2015. gadam (ieskaitot).

Prognozējot uzņēmuma ienākumus, izdevumus, naudas plūsmu un citus rādītājus, tika izstrādāti sekojošie pārskati un plāni:

- uzņēmuma ieņēmumu plāns;
- peļņas un zaudējumu aprēķins;
- uzņēmuma naudas plūsmas pārskats;
- uzņēmuma bilance;
- projekta atmaksāšanas laiki.

Uzņēmuma ieņēmumu plāns ir sastādīts, balstoties uz pieņēmumiem par apmeklētāju vidējo skaitu mēnesī, to skaita dinamiku, atkarībā no sezona un laika apstākļiem, kā arī, ņemot vērā vidējo katra klienta iztērēto summu par restorāna pakalpojumiem dienā. Kopumā, ir plānots, ka ieņēmumi palielināsies ar katru gadu, iekārojot arvien lielāku klientu plūsmu savu pakalpojumu kvalitātes un reklāmas dēļ.

Peļņas un zaudējumu aprēķins parādīja, ka pirmajā restorāna darbības gadā (nepilns gads) uzņēmums pārsvarā strādās ar zaudējumiem, jo pirmajā posmā, lai varētu organizēt darbību, ir nepieciešamas lielas izmaksas. Otrajā un trešajā gadā (2014.-2015.g.) restorāns strādās ar peļņu.

Naudas plūsmas pārskata beigu atlikumi ar katru gadu pieaug, kas liecina par uzņēmuma spēju kontrolēt izmaksas, ņemot vērā katra mēneša ieņēmumus. Pēc visu pārskatu un plānu aprēķina tika sastādīta bilance par katru gadu.

Veicot projekta atmaksāšanas laika plānu, tika konstatēts, ka ieguldītie līdzekļi restorāna darbības uzsākšanai (pašu līdzekļi: 2000 LVL un aizņemtais kapitāls: 27 000 LVL) tiks „iesaldēti” vai atmaksāti pēc 2,25 gadiem. Šis ir plānotais rādītājs, bet nav pilnīgs uzticams, jo tas ignorē ienākumus, kurus uzņēmums gūst pēc tā laika perioda, kad sākumā aizdevums ir atmaksāts. Netiek ņemti vērā uzņēmuma riski un laika faktors, kas ietekmē naudas vērtību.

Veicot nozares izpēti, uzņēmuma darbības raksturojumu, pievēršot uzmanību mārketinga aspektiem restorāna darbībā, plānojot projekta īstenošanas laiku un plānojot projekta finanses, ir nepieciešams pievērst uzmanību arī tiem riskiem, ar kuriem uzņēmums var sastapties jebkurā no augstāk minētajiem posmiem vai darbības laikā.

Darba gaitā ir veikta uzņēmuma risku analīze un to samazināšanas pasākumu apkopojums. Tika nodefinēti vairāki riski, ar kuriem uzņēmums var sastapties darbības

laikā. Pēc sastādītās risku matricas, kura parāda, kādiem riskiem uzņēmumam ir jāpievērš mazāka uzmanība un kādiem lielāka, ir izdalītas trīs risku grupas, kuriem uzņēmuma īpašnieki sekos līdz intensīvāk restorāna darbības laikā.

Uzņēmums ir cieši pakļauts preču jeb cenas riskam, kas var nelabvēlīgi ietekmēt uzņēmuma darbības finanšu rādītājus, jo restorāna produkcijas piedāvājums ir pilnībā atkarīgs no tās piegādātāju cenām; konkurences riskam, tādēļ, ka pastāv risks nevis tieši tāda paša restorāna atvēršanai, bet risks, ka klienti tomēr izvēlēsies konkurentu piedāvājumus, jo dažiem konkurentiem cenas uz saldējumu mazākas, kā arī daudz mazākas cenas ir veikalos, nevis restorānu un kafejnīcu tīklos.

Balstoties uz visiem augstāk minētajiem pētījumiem un aprēķiniem, var secināt, ka uzņēmumam ir reālās iespējas pastāvēt esošajā tirgū un iekārot pietiekamu klientu plūsmu, lai varētu sekmīgi eksistēt un attīstīties nākotnē.

Atslēgvārdi: restorāns, saldējums, ēdināšanas nozare, izklaide

ABSTRACT

The purpose of the thesis is to develop a project of establishing the enterprise and, in order to evaluate the project, to make necessary calculations, analysis and researches.

While developing thesis a process of establishing new enterprise SIA „YourWay” had been given evaluation and the analysis of first three operation years of the enterprise had been made.

The main idea which is described in the first part of the project is to establish a competitive enterprise – restaurant with unique service: a possibility to visit the room, where walls will be covered with various kinds of ice-cream that will give to visitors opportunity to feel unforgettable emotions when taking ice-cream balls using special bowl straight from the wall and putting it to the plate. Also restaurant offers such service as the opportunity to order delicious drinks and desserts, to order home delivery of restaurant’s choice and to reserve rooms for celebratory occasions.

Main purposes of creating the project:

- To attract customers from abroad (tourists) and from other cities of Latvia purposefully, in such a way extending the segment of customers;
- To offer new working places in Latvia;
- To gain a profit - strengthening positions in the service field, attracting greater range of customers, the profit will be increased due to changes made;
- To strengthen position in the market as of the best beverage and entertainment provider in its field, which combines two fields simultaneously (beverage and entertainment);
- To strengthen personal, official and business relationships, as well as promotion of national economics development in overall;
- To gain respect from customers, partners, suppliers and competitors by providing impeccable service, by the quality of product, by the image and by reputation of the enterprise respectively;
- To create a kind of “generator” of positive emotions to those who are around and especially to customers of the enterprise, by the service and by following standards and principles of corporate culture.

The name of the restaurant „YourWay” had been designed this way for the restaurant from the inside will be made in a form of long premise with three sections, and

when coming to it customers will go a certain „way” – they will enter one premise from the start, where they will be given bowls for the ice-cream and spoons , as well as robes sewn in a special way, for entering the next premise customers would feel warm and cosy; after that they will enter next premise, where they will get a „unique” offer: the room will remind a big freezer, which walls will be covered with ice-cream, and customers will have an opportunity to get the ice-cream from the walls to their bowls using special spoon; and in the third room customers will be able to enjoy their choice-it appears to be a single „way”, customers will be able to get back only by going their „way” again.

The owners of the restaurant will rent premises in Latvia, in the center of Old City and plan to provide their services to local inhabitants and tourists. A capital stock of 2 000 LVL will be invested in order to start operating, as well as the loan will be taken in the bank - 27 000 LVL. The enterprise will employ 9 employees.

The topicality of the project is based on analysis of statistical data for the last three-five years. The total added value share of accommodation and beverage services, which increases every year, had been reviewed, as well as the total number of enterprises in Latvia, which have relation to beverage service field, changes of turnover indices of beverage companies, the salaries in this field, the share of expenses of households in the beverage field and other indices which had approved the topicality of establishing restaurant.

During the working process restaurant’s services, its range of prices and the quality had been described, characteristics of products and servicing had been described in details. A list of raw materials and supplies necessary for operating had been created, suppliers that the enterprise will cooperate with had been chosen.

In order to determine who will be in the segment of restaurant customers and how big the segment will be, a review of the most important trading market had been made, that resulted in conclusion that the enterprise is oriented to providing services to local inhabitants of Riga and Riga district, and also that a significant part of customers will be tourists from abroad: the Old City is the place where there is a big flow of tourists, especially in spring and summer seasons that will give the restaurant possibility to increase the number of its customers. It was determined, which segments of customers will visit the restaurant most often: customers of the age from 6 to 29 years, as well as customers who have more than 3 family members, not limited to sex or religion, young, married, active, sports and leisure enthusiasts.

The service of the enterprise is „unique”, that is why such restaurant still doesn't exist in Latvia. Yet there are restaurants and cafes which offer services that are much alike aforementioned and which are regarded as competitors of the enterprise. Among competitors there's a frozen yoghurt cafe „Yo Yo Frozen Yoghurt”, which offers customers to create their own ice-cream yoghurt dessert, adding various dressings which they choose on their own (is considered to be the main competitor of the enterprise), as well as ice-cream and beverage cafe „Leduspuķe” and coffee and desserts „Coffee inn” cafe, which is located closely to the restaurant „YourWay”. Restaurant's advantages and disadvantages had been reviewed more in details, comparing with main competitor („Yo Yo Frozen Yoghurt”), and after that a conclusion had been made that it will be useful for the restaurant in the future to rethink its price policy and to consider a possibility to open the chain of restaurants.

In order to determine a competitiveness of the restaurant the analysis of products, quality, servicing, location of the enterprise had been made and following SWOT methods a conclusion had been made about advantages and disadvantages of the enterprise: the main advantage can be considered to be restaurant's „uniqueness”, a small number of competitors, an emphasis made on qualitative service and promotion campaign developed, easy accessible location place. Disadvantages and threats are following: the service is comparatively new, it has yet to gain the trust of local inhabitants, seasonality-the biggest flow of customers is planned to be during spring and winter seasons, a more rapid development of competitors in the future, failures of technical system in relation to maintenance of restaurant's second premise (freezer).

A promotion campaign had been created, during it a homepage of the restaurant and its logo will be developed, internet banners will be created, profiles created in social networks, and also enterprise will use radio commercials, printed advertisements (one newspaper and two magazines had been chosen to represent the information about the restaurant), banners and also windows of shopping malls will be glued over with posters.

In order to attract as many customers as possible in the primary period of the operation of restaurant a promotion campaign had been set up several weeks before the opening of the restaurant, and later, it will be repeated closer to summer season every year and closer to autumn season, in such a way holding the interest of customers.

In order for the enterprise would be established successfully and timely, a project had been developed, where the stages, terms, resources and costs of establishing had been described. There are twelve main stages of establishing, the project had started on 1 May

2013 and will go on until 1 October 2013 that is also defined as the first working day of restaurant. The implementation period is 115,62 days in total. Before creating a plan, a responsibility of people who are involved in the project for project stages had been determined: the owner of the restaurant and the co-owner are responsible for the most important part of project's stages, and, in many stages cooperation partners get involved: promotion agency, construction and repair team and team of designers. The implementation of this project or plan requires funds of 28 599 LVL in total: registration of enterprise, fixed assets purchased, repair works and designing had been made in premises, a decision had been made about the necessity to take a loan and the agreement with a bank had been made, a location place for rented restaurant's premises had been chosen, a price strategy had been worked out, employees had been found, interviewed and employed and many other activities had been performed.

In order to determine the ability of the enterprise to exist and to run successfully it is necessary to make a financial forecast. During the work a financial forecast had been made for the time period from 2013 until 2015 (including).

The following reviews and plans had been made when forecasting enterprise's profits, expenses, turnover and other indices:

- Company's profits plan;
- Profit and loss account;
- Company's turnover review;
- Company's balance sheet;
- Terms of payoff of the project.

Company's profits plan is set up basing on assumptions about average number of visitors per month, its dynamics, depending on the season and weather conditions, as well as, considering the average sum of money the customer spends for restaurant's services per day. In overall it is planned that the income will increase with every year, conquering larger and larger range of customers due to the quality of its services and to promotion.

Profit and loss account had shown that in the first year of operating (incomplete year) the enterprise will mostly have losses, for in the first stage in order to organize the work big expenses are required. In the second and third year (2014-2015) restaurant will have profit.

Closing balances of turnover review increase with every year, it shows that the enterprise is able to control expenses, considering monthly income. After accounting a balance sheet is made up every year.

Creating the plan of project's payoff terms, it was determined that invested funds for starting operation of the restaurant (own funds: 2 000 LVL and borrowed funds: 27 000 LVL) will be „frozen” or repaid after 2,25 years. This is planned index, but it cannot be fully trusted, for it doesn't consider income that the enterprise gets after the time period when the loan had been repaid. Enterprise's risks and time factor that influence the cost of money are not taken into consideration.

Making research on the field and description of company's operations, paying attention to marketing aspects of restaurant's operations, planning the terms of implementation of the project and project' funds it is necessary to consider also that risks that the enterprise can encounter in any aforementioned stage or while operating.

During the work the analysis of company's risks had been made and a compilation of activities that can decrease it had been set up. Many risks that the enterprise can encounter while operating had been defined. According to the risks matrix compiled, which shows to which risks company needs to pay less attention and to which more, risks are divided into three groups that the owners of restaurant will pay biggest attention to while running the restaurant.

The company is tightly exposed to products or price risk and it can adversely affect financial indices of company's operations, for the range of products offered by restaurant is completely depending on suppliers prices; competition risk, for there's a risk of the opening of not exactly the same restaurant, but the risk that customers yet will choose the offer of competitors, for some competitors offer lower prices, and also food stores offer much more lower prices than chains of restaurants and cafes.

Basing on all aforementioned researches and calculations it can be concluded that the enterprise has a real possibility to exist in the market and conquer sufficient number of customers to operate successfully and to be developed in the future.

Keywords: restaurant, ice- cream, catering industry, entertainment

1. PROJEKTA IDEJA, AKTUALITĀTE

Projekts paredz uzsākt uzņēmuma SIA “YourWay” dibināšanu, kas piedāvās Rīgas iedzīvotājiem unikālus pakalpojumus ēdināšanas sfērā un ar laiku spēs iekārot savu pozīciju tirgū.

Izpētot Latvijas tirgus uzņēmumus ēdināšanas un izklaides sfērā, autors secināja, ka starp esošajiem piedāvājumiem ļoti maz uzņēmumu, kuri var ne tikai piedāvāt standarta pakalpojumus, bet arī izklaidēt savu klientu.

Pārsvarā Latvijas galvaspilsētā uzņēmēji piedāvā tikai vienas sfēras pakalpojumus no divām: vai nu ēdināšanas sfēra, vai nu izklaides pakalpojumi, ļoti maz uzņēmumu, kuri apvieno šīs abas sfēras. Pēc pieejamās statistikas var secināt, ka ēdināšanas pakalpojumu sfērā uz 2012. gada beigām strādāja 2556 uzņēmumi¹, vairākiem no kuriem ir standarta piedāvājums klientam: atnākt, izvēlēties ēdienu no ēdienkartes, pasūtīt, apēst un aiziet. Tiek piedāvāts labas kvalitātes ēdiens, ļoti laipns un perfekti apmācīts apkalpojošais personāls, vairākās vietās ātra apkalpošana, iespēja klientam redzēt kā tiek pagatavots viņa pasūtītais ēdiens un vairākas citas priekšrocības. Bet klienti nesaņem kaut ko vairāk no šī procesa, jo vairāk par to, ko tagad piedāvā uzņēmēji Rīgā atrast nav iespējams. Ir svarīgi realizēt autora izstrādātu projektu, jo ēdināšanas sfērai ir būtiska nozīme Latvijas ekonomikā- tā ir sfēra, kura piesaista klientu brīvos līdzekļus, kas ir būtiska nodokļu maksājumos valstij, kas piesaista papildus ārējos naudas līdzekļus, piedāvājot pakalpojumus tūristiem, kas apmeklē Rīgu, ar cerību saņemt neaizmirstamās sajūtas no ceļojuma.

Uz šodien Rīgā nav tādas vietas, ko piedāvā dibināt un realizēt autors.

Projekta īslaicīgs mērķis ir jaunā unikāla restorāna dibināšana, kuras ietvaros patērētājiem būs vairākas iespējas pagaršot jebkāda veida saldējumu visu četru sezonu laikā: nopērkot to kā preci, ņemot līdzi vai garšojot uzreiz restorānā, turklāt ar ļoti neparastu veidu- klients pats varēs sev ielikt bļodā saldējuma bumbulīšus, kurus viņš redzēs sev apkārt: viena restorāna telpa būs aprīkota kā liels ledusskapis, kura sienas būs

¹ Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 8.aprīlī]. Pieejams: http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=SR0020&ti=SRG020%2E+EKONOMISKI+AKT%CEV%C2S+ST+ATISTIKAS+VIEN%CEBAS+SADAL%CEJUM%C2+PA+GALVENAJIEM+DARB%CEBAS++VEIDIEM+%28NACE+2%2Ered%2E%29&path=../DATABASE/uzreg/lkgad% E7jie%20statistikas%20dati/01_skaitis/&lang=16

pilnība aizpildītas ar lielu saldējuma izvēli. Turklāt uzņēmums strādās arī kā piegādātājs, piedāvājot dažādas saldējuma produkcijas pasūtījumus visā Latvijas valsts teritorijā.

Restorāns „YourWay” tiks atvērts Rīgas centrā, apmēram uz 135 kvadrātmetriem telpas. Rīgas iedzīvotāji varēs apmeklēt jauna tipa restorānu septiņas dienas nedēļā.

Telpas būs pilnībā aprīkotas, būs nosūces un pieplūdes ventilācija, savs gāzes katls, karstais un aukstais ūdens, kā arī ugunsdzēsības un apsardzes signalizācijas. Ērta piebraukšana un netālu no restorāna stāvvietā apmeklētājiem.

Uzņēmuma telpa būs šaura, bet gara, kas dos iespēju to sadalīt trīs telpās, starp kuriem būs apkalpojošā personāla caur-telpas. Papildus tām, būs atvēlēta vieta virtuvei un nelielai noliktavai, personāla un klientu ģērbtuvēm.

Trīs telpu sadalījums ir paredzēts, lai pirmajā telpā izveidotu garderobi, uzstādītu kases aparātu un izsniegtu katram no apmeklētājiem, pirms ieiet nākošajā telpā, speciālu aukstuma izolētu apģērbu- mantijas. Ieejot otrajā telpā klienti nokļūs saldējuma pasaulē, kur visas sienas būs pārklātas ar saldējumu, paši varēs izvēlēties saldējumu veidu un garšu un, saskrāpējot saldējuma bumbulīšus uzreiz no sienām ar speciālām karotēm, ielikt sev bļodā. Otrā telpa tiks uzbūvēta kā liela saldētava (tātad restorāns būs arī ar to unikāls- sienas būs aukstas, kā saldētavā, pārklātas ar saldējumu tilpumiem).

Pēc otrās telpas, apkalpojošais personāls pieņemts siltus apģērbus atpakaļ, un klienti ienāks trešajā telpā, kur būs liela izvēlne ar dažādām saldām piedevām jau esošajam saldējumam- augļu gabaliņi, karstā šokolāde, vaniļins, marmelādes, rozīnes, rieksti un citas piedevas. Turklāt, tai pašā telpā būs piedāvāti vēl citi saldējuma produktu pakalpojumi- kokteiļi, saldējuma šokolādes, tortes (kā arī uz pasūtījumu).

Ienākot trešajā telpā, klientiem būs piedāvātas sēdvietas pie galdiņiem, kur viņi varēs baudīt tikko izvēlētos saldējuma produktus. Baudīt varēs ļoti patīkamā atmosfērā, klausoties mūsdienīgu mūziku.

Visas trīs telpas būs noformētas vienā stilā- košs, jautrs un mūsdienīgs dizains, ar kreatīviem elementiem- apgaismoti griezti, fontāni no šokolādes u.tt.

Ieeja restorānā būs no vienas puses (kur sākas pirmā telpa), izeja jau no otrās (izeja no trešās telpas). Papildus ieeja būs no pagalma puses personālam un piegādātājiem.

Restorāns būs paredzēts gan bērniem, gan arī pieaugušajiem. Vienlaicīgi restorāns varēs apkalpot un pieņemt ap 35-40 cilvēkiem.

Autors nolēmis veikt sekojošus uzdevumus un sasniegt sekojošus ilgtermiņa mērķus:

- Mērķtiecīgi piesaistīt klientus no ārzemēm (tūristus) un no citām Latvijas pilsētām, tādējādi piesaistot ārējos naudas līdzekļus;
- Nodrošināt jaunu darba vietu piedāvājumu Latvijā, samazinot bezdarbnieku skaitu;
- Sava veida pozitīvu emociju “ģeneratora” izveide apkārtējiem un īpaši uzņēmuma klientiem, pateicoties servisam un sekošanai standartiem un korporatīvās kultūras principiem;
- Peļņas gūšana- nostiprinot savas pozīcijas pakalpojumu sfērā, piesaistot lielāku klientu loku, peļņai jāpalielinās saskaņā ar tām izmaiņām;
- Cieņas no klientu, partneru, piegādātāju un konkurentu puses iekarošana, pateicoties nevainojamai apkalpošanai, produkta kvalitātei, tēlam, un attiecīgi — uzņēmuma reputācijai;
- Ar katru mēnesi piesaistīt plašāku klientu loku- tie var būt gan tūristi, gan iedzīvotāji no citām pilsētām un laukiem;
- Nostiprināt savu stāvokli tirgū, kā labāko ēdināšanas un izklaides pakalpojumu sniedzēju savā jomā, kas apvieno divas sfēras vienlaikus (ēdināšana un izklaide);
- Palielināt savu konkurētspēju, piedāvājot plašāku produkcijas izvēlni par pieejamām cenām un piedāvājot apmeklēt uzņēmuma dibinātu mājas lapu, veicot tajā pasūtījumus;
- Personīgo, oficiālo un biznesa attiecību nostiprināšana, kā arī valsts ekonomikas kopumā attīstības veicināšana.

Projekta viens no būtiskākajiem ilgtermiņa mērķiem ir jaunu darba vietu piedāvājums un tūristu klientu piesaiste. Ēdināšanas sfērā uz 2012. gada beigām aizņemto darba vietu skaits bija 21 775, kas ir aptuveni 2.57% no kopējā darbvietu skaita². Darba

² Centrālās statistikas pārvalde [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 9.aprīlī]. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/aiznemtās-un-brīvas-darbvietas-apmaksatais-darba-laiks-galvenie-raditaji-30317.htm>

meklētāju skaits uz 2012. gada beigām bija 144 tūkst. cilv.³, kas ir 14% no visiem ekonomiski aktīviem iedzīvotājiem⁴.

Līdz ar to, dibinot uzņēmumu „YourWay” un piedāvājot jaunās darba vietas, ir iespējams samazināt bezdarbnieku skaitu. Apkalpošana restorānos neparedz obligātas ilglaicīgas apmācības jauniem darbiniekiem, ka arī, parasti, prasību vidū nav obligātās augstākās izglītības, līdz ar to šajā uzņēmumā ir iespēja nodarbināt cilvēkus ļoti plašā vecuma robežā, neizvirzot stingras prasības. Kā arī dotajā sfērā ir visas iespējas strādāt pēc elastīga grafika, savienojot darbu ar citu darbības veidu (parasti- mācības, otrs darbs un citi). Tas arī palīdzēs cilvēkiem bez augstākās izglītības (varbūt nepabeigtās) vieglāk saņemt atalgotu darba vietu ar elastīgu grafiku.

Kā zināms, Latviju, it īpaši Rīgu, katru gadu apmeklē liels tūristu skaits (kopš 2010. gada tūristu skaits palielinājās par 527 tūkst. cilv. un 2012. gada beigās kopējais tūristu skaits bija 5569 tūkst. cilv.⁵), kuriem Rīga var piedāvāt apmeklēt vairākas vēsturiskās vietas, tādas kā muzeji, izstādes, Vecrīgas ekskursijas. Kā arī, Rīgu pasludināja par 2014. gada Eiropas kultūras galvaspilsētu. Visiem tūristiem un ceļotājiem 2014. gadā būs nozīmīgs papildu iemesls apmeklēt Rīgu, jo Rīga ir izvēlēta par Eiropas kultūras galvaspilsētu un savus viesus izklaidēs ar neskaitāmiem tam veltītiem notikumiem⁶.

Bet neatņemama daļa no tūristu un ārzemnieku vizītes mērķiem Latvijā ir izklaides un ēdināšanas pakalpojumi (ar mērķi atpūsties Latvijā ik gadu brauc aptuveni 22.4% no visiem tūristiem⁷). Latvijā ēdināšanas sfēra (kas ir restorāni, kafejnīcas, bāri, ēdnīcas, bistro un citi) ir ļoti cieši saistīta ar tūrisma nozari (ārzemju tūristu, kā arī no citiem Latvijas reģioniem un pilsētām), it īpaši Rīgā. Tūristi meklē kaut kādu īpašu vietu, par kuru paliks gan atmiņas, gan pozitīvas emocijas uz visu mūžu. Tūristus interesē unikālas vietas, kas saistās ar to valsti, kurā viņi atbrauc. Autors plāno, ka projekta uzņēmums izraisīs lielu tūristu interesi, un spēs piesaistīt lielu klientu loku tieši ārzemnieku vidū. Ekonomikas ziņā

³Centrālās statistikas pārvalde [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 9.aprīlī]. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/nodarbinatiba-un-bezdarbs-galvenie-raditaji-30263.html>

⁴Centrālās statistikas pārvalde [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 9.aprīlī]. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/nodarbinatiba-un-bezdarbs-galvenie-raditaji-30263.html>

⁵Centrālās statistikas pārvalde [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 10.aprīlī]. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/turisms-galvenie-raditaji-30321.html>

⁶Rīga- 2014. gada Eiropas kultūras galvaspilsēta [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 10.aprīlī]. Pieejams: <http://www.liveriga.com/lv/5727>

⁷Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 10.aprīlī]. Pieejams: <http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=TU0020&ti=TUG02%2E+LATVIJAS+ROBE%DEU+%D0%CD%C7RSOJO%D00+PERSONU+CE%CF0JUMU+MOT%CEVI+%28%25%29+1996%2E+%2D+2008%2Eg%2E&path=../DATABASE/transp/Ikgad% E7jje%20statistikas%20dati/T%FBrisms/&lang=16>

Latvijai šis aspekts ir diezgan svarīgs, jo tādējādi tiek piesaistīti naudas līdzekļi no ārējā avota- ārzemēm.

Ņemot vērā visu augšā minēto, uzņēmums „YourWay” eksistēs ilglaicīgi un būs spējīgs iekārot iedzīvotāju interesi.

2. UZŅĒMUMS

2.1. Uzņēmuma juridiskā forma, nosaukums, atrašanās vieta

Latvijas Republikas komerclikumā ir norādīti sekojošie uzņēmumu veidi: Sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA), Akciju Sabiedrība (AS) (kas ir kapitālsabiedrība), Individuālais komersants (IK), Pilnsabiedrība (PS) un Komandītsabiedrība (KS). Pamatojoties uz katras juridiskās formas aprakstu likumā, tika secināts, ka projekta gaitā izveidotais uzņēmums „YourWay” var būt dibināts kā Individuālais komersants vai kapitālsabiedrība. Tā kā Individuālais komersants atbild par saistībām un riskē ar visu savu mantu un naudu, bet Akciju sabiedrības reģistrēšanas process ir salīdzinoši laikietilpīgs un uzņēmuma pamatkapitālam jābūt lielākam par 25 000 LVL⁸, kā arī uzņēmums „YourWay” būs pielīdzināms pie maziem vai vidējiem uzņēmumiem, tika pieņemts lēmums, ka projekta gaitā veidotais uzņēmums būs reģistrēts kā Sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA).

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību ir uzņēmēj sabiedrība ar juridiskās personas tiesībām. Tās pamatkapitālu (statūtu fondu) veido dalībnieku ieguldītais īpašums — kapitāla daļas. Daļas dod dalībniekiem tiesības piedalīties sabiedrības pārvaldē un saņemt sabiedrības peļņas daļu — dividendi un sabiedrības likvidācijas gadījumā — likvidācijas kvotu, kā arī realizēt citas sabiedrības statūtos paredzētās tiesības. Sabiedrības pamatkapitāls ir materiālie un finansu resursi, kas nepieciešami sabiedrības darbības uzsākšanai un tās tālākai izvēršanai.⁹

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību tika izvēlēta arī sekojošu priekšrocību dēļ:

- 1) Iespēja iemaksāt tikai 50% no pamatkapitāla, reģistrējot uzņēmumu (pārējos 50%- gada laikā);
- 2) SIA pamatkapitālu var apmaksāt naudā vai veicot mantisko ieguldījumu;
- 3) Uzņēmuma lemttiesīgās personas ir Dalībnieku sapulce un Valde;
- 4) Sabiedrība atbild par savām saistībām ar visu savu mantu, arī mantu, ko tai nošķīruši tās dalībnieki;
- 5) Dalībnieki neatbild par sabiedrības saistībām, un pārējiem nosacījumiem;

⁸LR Saeima. Komerclikums (13.04.2000).- Latvijas Vēstnesis, 01.06.2000., Nr. 158/160

⁹Rurāne M. Uzņēmējdarbības organizācija un plānošana. – Rīga: Turība biznesa augstskola, 2002.-111 lpp.

6) Reģistrācijas process ir salīdzinoši ātrs un vienkāršs.¹⁰

Lai varētu pierēģistrēt uzņēmumu kā SIA, ir nepieciešamas sekojošās darbības:

- 1) sagatavot nepieciešamus dokumentus iesniegšanai Uzņēmumu reģistrā:
 - dibināšanas lēmums un dibināšanas līgums;
 - uzņēmuma statūti;
 - aizpilda pieteikuma veidlapu Uzņēmumu reģistrā;
- 2) dokumentu parakstīšana (arī paraksta apliecināšana pie notāra);
- 3) ja pamatkapitālu ir paredzēts apmaksāt skaidrā naudā, atver pagaidu kontu bankā un ieskaita SIA pamatkapitālu (ja nepieciešams, veic mantisko ieguldījumu un veic tā novērtēšanu);
- 4) veic nepieciešamus maksājumus, kas ir:
 - valsts nodeva par SIA reģistrāciju: 100,- LVL;
 - maksa par publikāciju laikrakstā „Latvijas Vēstnesis”: 24,- LVL;
 - Reģistrācija Valsts ieņēmumu dienestā PVN maksātāju reģistrā: 25,- LVL;
 - maksa par paraksta apliecināšanu pie notāra: sākot no 6,- LVL (maksa ir atkarīga no noteiktā notāra pakalpojumiem);
 - bankas pakalpojumu apmaksa, saskaņā ar bankas cenrādi: 5,- LVL;
 - maksa par dokumentu sagatavošanu: 30,- LVL¹¹;

Līdz ar to, kopējās izmaksas, kas saistītas ar uzņēmuma reģistrāciju ir aptuveni 190,- LVL.

Uzņēmums būs reģistrēts kā PVN nodokļa maksātājs Valsts ieņēmumu dienesta PVN maksātāju reģistrā no pirmās dibināšanas dienas.

Projekta gaitā izveidotā uzņēmuma nosaukums ir SIA „YourWay”. Tika izvēlēts tieši šis nosaukums tādēļ, ka tulkojumā no angļu valodas, vārdu savienojums „your way” nozīmē- „tavs ceļš”. Kā autors jau minēja, restorāns izskatīsies kā gara ēka no trim telpām, un apmeklējot tieši šo restorānu, klienti izies noteiktu „ceļu”- sākumā ieies vienā telpā, pēc tam otrajā- kura arī būs projekta unikālā vieta un pēc tam arī trešajā telpā, kur varēs baudīt ēdienu- sanāk viens ceļš, atpakaļ klienti var atgriezties tikai sākot ceļu no jauna, jo izejas durvis būs citā restorāna pusē.

¹⁰ LR Saeima. Komerclikums (13.04.2000).- Latvijas Vēstnesis, 01.06.2000., Nr. 158/160

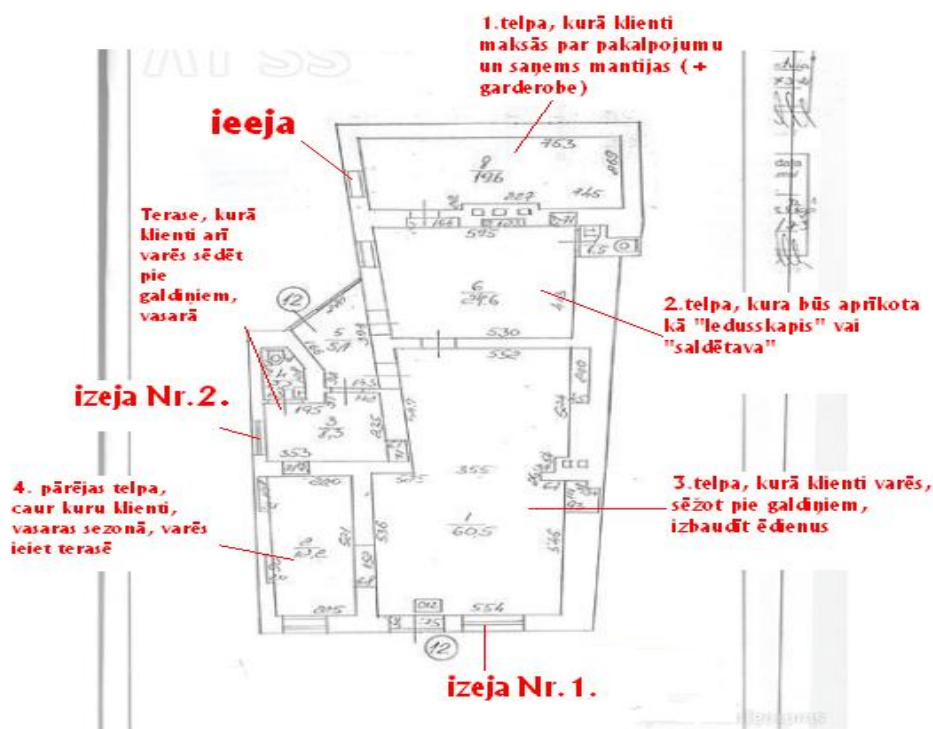
¹¹ Sabiedrību reģistrācija. Grāmatvedības pakalpojumi [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 11.aprīlī]. Pieejams: <http://www.sia-registracija.lv/sia-registracija.htm>

Atrašanās vieta ir Latvija, Rīga, Kalēju ielā 21. Tika izvēlēta tieši šī vieta tādēļ, ka tā atrodas pašas Vecrīgas centrā, ir labi pieejama publikai, tas nozīmē, ka ir pieejama tur, kur visvairāk apgrozās vietējie iedzīvotāji un ārzemju tūristi. Izvēlētai vietai ir viegli piekļūt ar sabiedrisko transportu, jo no visiem rajoniem gan autobusu, gan tramvaju un trolejbusu pieturas ir netālu no Vecrīgas. Ir iespēja arī piebraukt ar automašīnu, vai atstāt to netālu uz maksas stāvvietas (mazliet tālāk no restorāna vietas ir arī bezmaksas autostāvvietas).

No izejvielu un materiālu piegādes ziņas arī ir ērta vieta, jo ir pilsētas centrā, kas piegādātājiem aizņems līdz 20 minūtēm atbraukt līdz restorānam no populārākiem rajoniem. Rūpējoties par darbinieku piekļūvi darba vieta, šī vieta arī ir diezgan neitrālā teritorijā, kurā ir iespējams atbraukt ar ļoti lielu transporta izvēlni no vairākiem rajoniem.

Uzņēmuma atrašanās vietā ir viss nepieciešamais infrastruktūras un komunikācijas aprīkojums- ūdensapgāde, kanalizācija, elektrība, gāze, telefona un Interneta sakari.

Kā arī, šī ēka ir uzbūvēta tieši tā, kā ir nepieciešams uzņēmuma dibinātājiem: diezgan gara ēka, kuru ir iespējams sadalīt trīs telpās, kā ir paredzēts pēc autora domām. Pārskatāmāk telpas plānu un paskaidrojumus ir iespējams redzēt attēlā Nr. 2.1.



2.1.att. Restorāna „YourWay” telpu shēma¹²

¹² Autora izveidots pēc: Sludinājumi [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 11.aprīlī]. Pieejams: <http://www.ss.lv/lv/real-estate/premises/restaurants-cafe-dining-halls/riga/vecriga/>

SIA „YourWay” adrese ir redzama attēlā Nr.2.2. (atzīmēta ar sarkanu bultu).

Kā arī uzņēmums īrēs biroja telpu, kas būs nepieciešama dokumentu kārtīšanai un uzņēmuma mājas lapas funkcionēšanai (pasūtījumu pieņemšanai un noformēšanai). Biroja telpa atrodas Rīgā, Pārdaugavā, Kalnciema ielā 3. Šī vieta ir izvēlēta tieši tādēļ, ka Pārdaugavā ir zemāka īres maksa, kā arī telpa atrodas netālu no abu īpašnieku mājas. Pagalmā ir bezmaksas autostāvvietas. Biroja telpu adrese ir atzīmēta attēlā Nr. 2.2 ar zaļu māju.



2.2. att. Uzņēmuma „YourWay” atrašanās vieta¹³

2.2.Pamatkapitāls, īpašnieki, to līdzdalība pamatkapitālā

Pamatkapitāls no kapitāla aprites viedokļa ir uzņēmējdarbībā ieguldītā kapitāla daļa, kas izmantota ilgtermiņa ieguldījumu izveidošanai. Pamatkapitāla sastāvā ietilps: pamatlīdzekļi, nemateriālie ieguldījumi, ilgtermiņa finansu investīcijas.¹⁴

¹³ Autora izveidots pēc: Uzziņu portāls, biznesa katalogs [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 11.aprīlī]. Pieejams: <http://www.1188.lv/karte>

¹⁴ Rurāne M. Uzņēmējdarbības organizācija un plānošana. – Rīga: „Turība biznesa augstskola” SIA, 2002.- 216 lpp.

Pamatkapitāls, reģistrējot Sabiedrību ar ierobežotu atbildību, var būt iemaksāts kā skaidrā naudā, tā arī ar mantisko ieguldījumu. Minimālais SIA pamatkapitāls ir 2 000 LVL, bet summa var būt arī mazāka noteiktajos likumā gadījumos. Pamatkapitāls ir nepieciešams uzņēmuma sākumposmā, lai veiksmīgi varētu uzsākt darbību un segt pirmos izdevumus.

Autors plāno nodibināt SIA „YourWay” ar pamatkapitālu: 2 000 LVL, kas neapgrūtinās īpašniekus, noguldot salīdzinoši nelielu summu. Tas tiks iemaksāts skaidrā naudā, ieguldījumus veicot katram no īpašniekiem. Tie ir uzkrātie, īpašnieku privātie naudas līdzekļi, kas nav aizņēmums. Pamatkapitāls tiek iemaksāts ar mērķi dibināt SIA un uzsākt tās darbību.

Uzņēmumu dibinās divas privātpersonas (īpašnieks un līdzīpašnieks), kas ir radnieki:

- Niola Afanasjeva (personas kods: 080864-10317), kam piederēs 60% no SIA daļām (tas ir 240 daļas) (valdes priekšsēdētājs, kas arī ieguldīs uzņēmuma pamatkapitālā 1 200 LVL);
- Veronika Afanasjeva (personas kods: 180389-10322), kam piederēs pārējie 40% no SIA daļām (tas ir 160 daļas) (valdes loceklis, kas ieguldīs uzņēmuma pamatkapitālā 800 LVL).

Pamatkapitāls tiks sadalīts daļās sekojoši: $2\,000\text{ LVL} / 400 = 5,-\text{ LVL}$ katras daļas vērtība.

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

Autors plāno īrēt ēku, kurā uzņēmums sniegs savus pakalpojumus, jo, izpētot informāciju, autors secināja, ka ēkas būvēšana ir pārāk dārgs process, tas ir laikietilpīgs, kā arī Vecrīgā, autora vēlamajā vietā nav iespējams uzbūvēt papildus ēku.

Telpa, kura tiks īrēta, ir 135 m² plašumā, par vienu m² telpas saimnieks pieprasa 9.00 LVL /mēnesī, kas nozīmē, ka mēneša izdevumi restorāna telpas īrēšanai uzņēmumam „YourWay” būs 1215.00 LVL, t.sk. PVN.

Uzņēmums nomās arī biroja telpas. Biroja telpa aizņems aptuveni 30 m², kas būs oficiālā stilā (mēbeles un viss nepieciešamais aprīkojums telpā jau būs piedāvāts), ar divām atsevišķām telpām, sadalītām ar vienu sienu. Pirmā telpa būs paredzēta uzņēmuma īpašniekam un direktoram, kā arī personāla apmācībām. Otrā telpa būs sekretāres telpa, kur

glabāsies visi nepieciešamie dokumenti. Kā arī otrajā telpā būs speciālists (amats sauksies: operators), kurš atbildēs par pasūtījumiem no klientiem caur uzņēmuma mājas lapu.

Šīs telpas īres izmaksas ir 3.30 LVL/mēnesī par vienu m², līdz ar to, kopējās biroja īres izmaksas mēnesī ir 99.00 LVL, t.sk. PVN (komunālie maksājumi ir ieskaitīti cenā).

Abu telpu īres maksas mēnesī (tiks noslēgts līgums par nemainīgo īres maksu par trim gadiem), ir atspoguļotas 2.1. tabulā.

2.1. tabula

Biroja un restorāna telpu īres maksa mēnesī, t.sk. ar PVN, LVL¹⁵

| Telpa | Īres maksa par vienu mēnesi |
|------------------|------------------------------------|
| Biroja telpas | 99.00 (3.30*30 m ²) |
| Restorāna telpas | 1215.00 (9.00*135 m ²) |
| Kopā: | 1314.00 |

Kā arī uzņēmums maksās atsevišķi par komunāliem pakalpojumiem par restorāna telpām. Uzņēmuma komunālo pakalpojumu izmaksas tiek izskatītas 2.2. tabulā.

2.2. tabula

SIA „YourWay” komunālo pakalpojumu izmaksas trīs gadu griezumā, LVL¹⁶

| Uzņēmums /pakalpojums | Mēneša cena vai tarifi | 1.gads (7 mēneši) | 2.gads | 3.gads |
|--|---|--|----------------------------|----------------------------|
| Lattecom SIA: telefons + internets („Biznesa komplekts 1”: 1 tālruņa pieslēgšana, 2500 min/mēn. Lattelecom tīklā bezmaksas, | 1) 1.-6. mēnesī: 15.79; 2) 7.-12.mēnesī: 23.69; 3) pēc tam: 31.58/mēn.; 4) ierīkošanas maksa: 0.00. | 94.74+ 23.69= 118.43 (+PVN: 24.87) | 378.96 (+PVN: 79.58) | 378.96 (+PVN: 79.58) |

¹⁵ Autora izveidots

¹⁶ Autora izveidots

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| neierobežots <i>WI-FI</i> internets ¹⁷) (bez PVN) | | | | |
| Latvenergo AS: elektroenerģija (ar PVN) | pēc T2 tarifa: līdz 1200 kWh (12 mēn. periodā): 0.0796785 LVL/kWh, sākot ar 1201 kWh: 0.1012165 LVL/kWh ¹⁸ (uzņēmums lietos līdz 2500 kWh/ mēn.) | 95.61+131. 58= 227.19 (par pirmo mēn.)+ 253.04*6 mēn.= 1 518.25 | 95.61+131. 58= 227.19 (par pirmo mēn.)+ 253.04*11 mēn.= 3 010.63 | 95.61+131. 58= 227.19 (par pirmo mēn.)+ 253.04*11 mēn.= 3 010.63 |
| Alianse SIA: apsardzes pakalpojumi (ar PVN) | 12.99 + signalizācijas komplekta iegāde (vienreizējā): 39.99 ¹⁹ | 130.92 | 155.88 | 155.88 |
| ” Rīgas Ūdens” ūdens un kanalizācija (ar PVN) | par 1m ³ bez PVN: 0.720, ar PVN: 0.871 ²⁰ | 304.85 | 522.60 | 522.60 |

¹⁷Lattelecom biznesam, īpašie piedāvājumi [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 12.aprīlī]. Pieejams:
http://www.lattelecom.lv/biznesam/jaundibinatajiem_uznemumiem/?ltc_nav1254=4547#navigationltc_nav1254

¹⁸Latvenergo, juridiskajām personām [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 12.aprīlī]. Pieejams:
http://www.latvenergo.lv/portal/page/portal/Latvian/latvenergo/main_page/pakalpojumi_priv/tarifi_privatpersonam

¹⁹Apsardzes Alianse [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 12.aprīlī]. Pieejams:
<http://alianse.lv/pakalpojumi/signalizacija/mazlietots-komplekts/>

²⁰Rīgas Ūdens, pakalpojumu tarifi un cenas [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 12.aprīlī]. Pieejams:
<http://www.rigasudens.lv/pakalpojumi/pakalpojumu-tarifi-un-cenas/sabiedrisko-pakalpojumu-tarifi/>

| | | | | |
|--|---|--|--|------------------|
| | (uzņēmums lietos aptuveni 50 m ³ /mēn., kas ir 43.55 LVL) | | | |
| | | | Kopā par trim gadiem (ar PVN) | 11 074.19 |

Uzņēmuma īpašumā nebūs zemes, jo nav tādas nepieciešamības.

Pamatlīdzekļi ir tādi uzņēmuma materiālie lietiskie ilgtermiņa ieguldījumi, kurus lieto uzņēmuma pamatdarbības nodrošināšanai un kuru kalpošanas laiks ir ilgāks par vienu gadu.²¹

Lai pārskatāmāk varētu izpētīt informāciju par uzņēmuma pamatlīdzekļiem, tika izstrādāta sekojošā tabula:

2.3.tabula

Uzņēmuma „YourWay” pamatlīdzekļi (gab.) un to iegādes cena, t.sk. PVN, LVL²²

| Nr. | Pamatlīdzeklis | Skaitis | Cena |
|-------------------|--|----------------|----------------|
| Transportlīdzekļi | | | - |
| 1. | - | - | - |
| Iekārtas | | | 6100.00 |
| 2. | ledusskapis (speciāls, pēc pasūtījuma) | 2 gab. | 680.00 |
| 3. | ledusskapja aprīkojums (pēc pasūtījuma) 2.telpai | - | 3 500.00 |
| 4. | mūzikas un DVD atskaņotājs | 1 gab. | 350.00 |
| 5. | mūzikas skaļruņi | 4 gab. | 100.00 |
| 6. | kases aparāts | 2 gab. | 200.00 |
| 7. | televizors | 4 gab. | 800.00 |
| 8. | blenderis | 2 gab. | 100.00 |
| 9. | kafijas aparāts | 1 gab. | 250.00 |

²¹ Rurāne M. Uzņēmējdarbības organizācija un plānošana. – Rīga: „Turība biznesa augstskola” SIA, 2002.- 217 lpp.

²² Autora izveidots

| | | | |
|------------------------------|--|----------|------------------|
| 10. | mikroviļņu krāsnis | 1 gab. | 60.00 |
| 11. | sulu spiede | 1 gab. | 60.00 |
| Mēbeles | | | 3754.00 |
| 12. | galds (10- restorānā, 2- birojā) | 12 gab. | 450.00 |
| 13. | krēsls (50- restorānā, 3- birojā) | 53 gab. | 1 054.00 |
| 14. | mīkstie krēsli | 4 gab. | 800.00 |
| 15. | dīvāns | 1 gab. | 350.00 |
| 16. | skapis (plaukti) (birojā) | 1 gab. | 100.00 |
| 17. | garderobes skapis + lete (restorānam) | 1 gab. | 500.00 |
| 18. | bāra lete (pēc pasūtījuma, restorānam) | 1 gab. | 500.00 |
| Datortehnika | | | 650.00 |
| 19. | dators (birojā) | 2 gab. | 400.00 |
| 20. | printeris+ kopētājs (birojā) | 1 gab. | 250.00 |
| Pārējie pamatlīdzekļi | | | 1700.00 |
| 21. | Speciālo trauku komplekts | 1 gab. | 150.00 |
| 22. | Lāču penaplasta skulptūra (pēc pasūtījuma) | 1 gab. | 300.00 |
| 23. | Šokolādes ūdenskrituma aprīkojums | 1 gab. | 250.00 |
| 24. | Tilpumi saldējumam (60 cm x 15 cm) | 200 gab. | 1000.00 |
| Kopā: | | | 12 204.00 |

Pamatlīdzekļu nolietojums ir detalizētāk apskatāms Pielikumā nr.4.

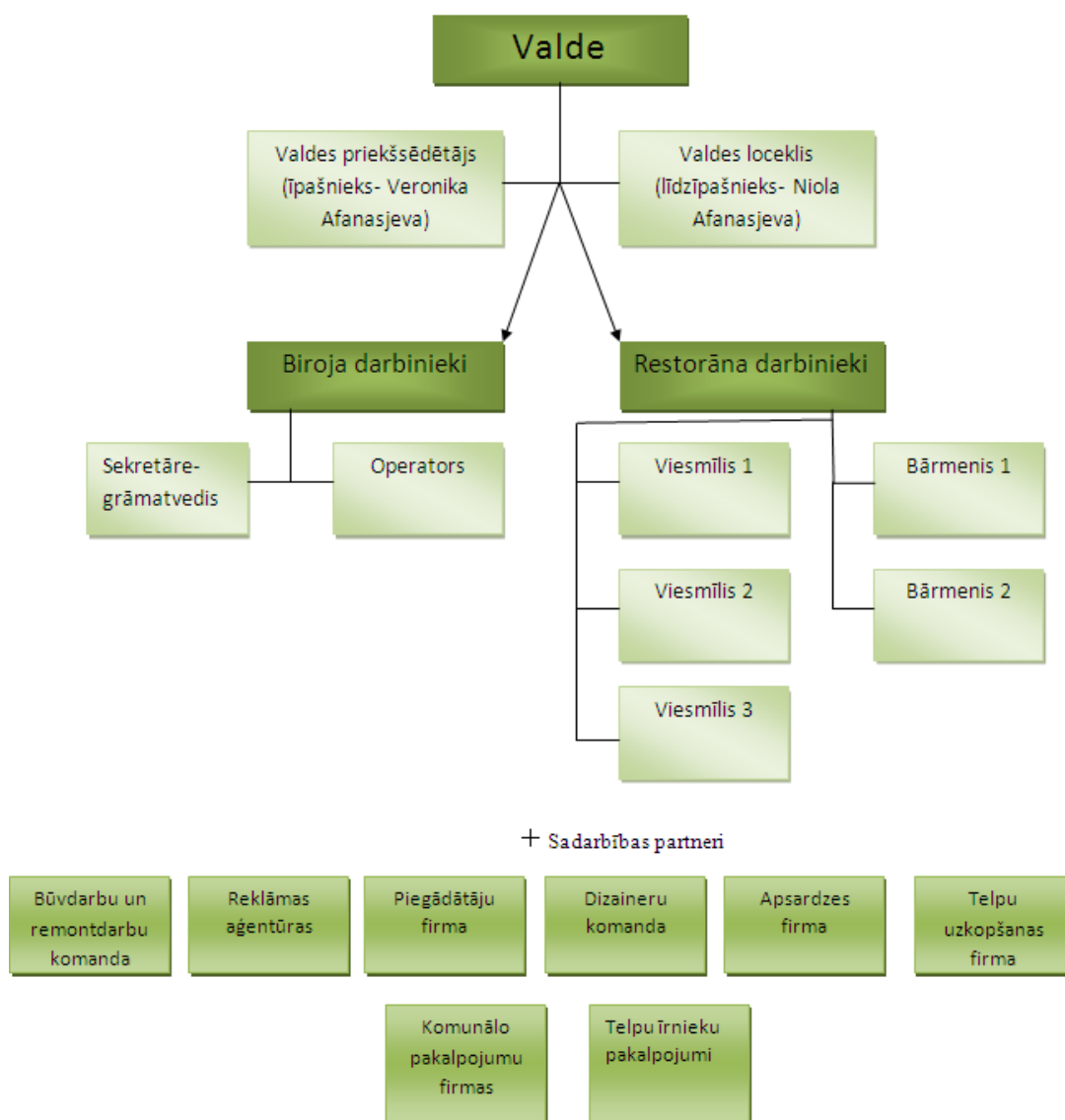
2.4.Uzņēmuma organizatoriskā struktūra un vadība, nodarbināto skaits

Personāla plānošana ir sistemātiska pieeja cilvēku iesaistei, izmantošanai un nodarbināšanai organizācijā. Personāla plānošana ir saistīta ar to, lai īstajā laikā un īstajā vietā atbilstoši organizācijas mērķiem garantētu tās vajadzības pēc darbiniekiem īsā, vidējā un ilgā laika periodā.

Personāla plānošanas mērķis ir organizācijai nepieciešamā personāla savlaicīga noteikšana, komplektēšana, apmācība un iesaistīšana darbā.²³

²³ Vorončuka I. Personāla vadība. – Rīga: Latvijas Universitāte, 2009. - 38 lpp.

Projekta gaitā autors izveidojis uzņēmuma organizatorisko shēmu ar tiem darbiniekiem, kas būs nodarbināti uzņēmumā.



2.3. att. Uzņēmuma „YourWay” organizatoriskā shēma²⁴

2.3. attēlā ar tumši zaļu krāsu ir redzamas 3 galvenās nodaļas: Valde, kuras padotībā ir Biroja darbinieki un Restorāna darbinieki. Ar gaiši zaļu krāsu ir iedalīti tie darbinieki, kuri strādās attiecīgajās nodaļās. Pieaicinātās firmas, kas būs uzņēmuma „YourWay” sadarbības partneri ir redzamas zem shēmas, sadaļā: Sadarbības partneri, tās nav uzņēmuma pastāvīgās nodarbinātās personas.

Kopumā SIA „YourWay” nodarbināto skaits ir 9 cilvēki.

²⁴ Autora izveidots

Amatu prasības norāda uz tām kvalitātes/rakstura īpašībām, kādām jābūt cilvēkam, lai varētu sekmīgi pildīt darbu: pieredze, tehniskās zināšanas un iemaņas, fiziskie raksturojumi, veselības stāvoklis un izskats, motivācija, intelektuālās iemaņas, formālie raksturojumi, darba un privātās īpašības, kā arī citas speciālās prasības, tādas kā, piemēram, iespēja pārbraukt dzīvot citā pilsētā vai bieži komandējumi.²⁵

Uzņēmuma Valdē ir Valdes priekšsēdētājs, kas arī ir projekta īpašnieks. Valdes priekšsēdētāja loma ir:

- 1) viena no svarīgākām lomām, iniciē projektu, ir arī sponsors (60%);
- 2) atbild par lēmumu par projekta pārtraukšanu;
- 3) pieņem lēmumus par saskaņotām ar viņu galvenajām projekta novirzēm.

Kā arī Valdē ir Valdes loceklis, kas vienlaikus ir projekta līdzīpašnieks. Valdes loceklim ir paraksta tiesības. Projekta līdzīpašnieka galvenās funkcijas ir:

- 1) darba organizēšana un koordinēšana;
- 2) darba mērķa definēšana;
- 3) personāla vadīšana;
- 4) lēmumu pieņemšana;
- 5) plānošana;
- 6) kontrole;
- 7) personāla motivēšana.

Valdes loceklis risina projekta ikdienas darba jautājumus, ieskaitot darbinieku vadību un līgumu slēgšanu ar ārpalpojumu sniedzējiem (sadarbības partneru meklēšana), līdz ar to viņam ir nepieciešamas šādas spējas un īpašības:

- apņēmība;
- spēja kontrolēt darba posmus un to izpildi;
- mērķtiecība;
- spēja vadīt un organizēt komandas darbu;
- spēja pieņemt ārkārtas gadījumos steidzīgus un pareizos lēmumus.

Kā arī, Valdes loceklim jābūt sekojošai kvalifikācijai:

- augstākā izglītība;

²⁵ Магура М.И. Поиск и отбор персонала, Практическое пособие для руководителей и специалистов кадровых служб. Москва: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез»», 1997 г. -11 стр.

- vismaz 3 gadi veiksmīgās darba pieredzes dažādu projektu vadībā un realizācijā;

- datora zināšanas, iemaņas ar grafiskajām lietojumprogrammām;
 - izcilas organizatoriskas, plānošanas un komunikācijas prasmes;
- spēja organizēt savu darbu, strādāt patstāvīgi un noteikt prioritātes;
- prasme organizēt pakļauto darbinieku darbu.

Biroja darbinieku uzdevumi projektu darbā ir sekojošie:

- 1) izvērtēt un izpildīt uzdevumus, par kuriem būs vienošanās ar Valdes locekli;
- 2) identificēt ikdienas problēmas un piedāvāt savus risinājumus, kā arī veikt darbības problēmu novēršanai;
- 3) sadarboties ar kolēģiem labākā iespējamā rezultāta iegūšanai.

Biroja darbiniekus pieņemt darbā ir nepieciešams pēc sekojošām kvalifikācijām:

- augstākā vai nepabeigta augstākā izglītība;
- precizitāte, augsta atbildības sajūta, iniciatīva;
- spēja strādāt komandā;
- labas saskarsmes, pārliecināšanas un argumentēšanas prasmes;
- pieredze darbā ar datorprogrammām: MS Office, Internets, C1 un programmām, saistītām ar WEB-dizainu.

Vienam no Biroja darbiniekiem jābūt ar speciālo Grāmatvedības izglītību (nav obligāta augstākā izglītība, var būt speciālie kursi), jo tas pildīs arī grāmatveža funkcijas (sekretāre- grāmatvede). Kā arī, papildus, šis darbinieks koordinēs zvanus, sagatavos līgumus un pildīs citas biroja darbības, balstoties uz Valdes rīkojumiem.

Otrs Biroja darbinieks ir operators, kuram jābūt speciālai izglītībai (vai kursu diplomam) Informācijas un tehnoloģiju jomā, saistītai ar WEB-dizainu, spēju strādāt ar dažādām programmām, saistītam ar mājas lapas uzturēšanu, jo šis darbinieks atbildēs par uzņēmuma mājas lapas dibināšanu, dizainu, uzturēšanu, elektronisko pasūtījumu pieņemšanu un koordinēšanu. Pirmajā restorāna darbības laikā operators būs arī piegādātāja lomā: saņemot pasūtījumu no klientiem caur telefonu un mājas lapu, operators piegādās precīzi klientiem (vēlāk, pie lielāka pasūtījumu apjoma, tiks pieņemts darbā atsevišķs darbinieks).

Valdei būs pakļauti arī Restorāna darbinieki, kas ir divi bārmeņi un trīs viesmīļi.

Pieņemot darbā Restorāna darbiniekus, tiks izvirzītas sekojošās prasības:

- obligātas latviešu, krievu un angļu (visas-sarunvalodas līmenī) valodu zināšanas;
- bārmenim: pabeigtie oficiālie bārmeņu kursi ar diplomu, viesmīļiem: nav obligātie kursi vai augstākā izglītība;
- vēlama darba pieredze restorānu jomā, apkalpošanas jomā un darbā ar klientiem (nav obligāta);
- iespēja strādāt maiņu grafikā;
- jāpiemīt sekojošām rakstura īpašībām: komunikācijas spējas, laipnība, punktualitāte, enerģētisks raksturs, patīk darbs ar bērniem;
- zināšanas sanitārajā minimumā;
- bez sliktiem ieradumiem;
- veselības grāmatas esamība.

Šajā projektā ārpus projekta dalībnieki būs būvdarbu un remontdarbu brigāde, reklāmas aģentūra, piegādātāju firma un dizaineru komanda, apsardzes firma, telpu uzkopšanas firma (telpu uzkopšanas pakalpojumus piedāvā arī apsardzes firma, ar kuru uzņēmums plāno sadarboties, līdz ar to, visticamāk, uzņēmums nemeklēs atsevišķi šādu firmu), kā arī telpu īrnieku un komunālo pakalpojumu firmas.

Būvdarbu un remontdarbu komandas dalībnieku kvalifikācija:

- vidējā speciālā vai augstākā izglītība būvniecības specialitātē;
- pieredze būvdarbos un remontdarbos, vismaz 5 gadi;
- pieredze tāmju sastādīšanā;
- precizitāte, labas sadarbības spējas;
- pārzināt LR Būvniecības likumdošanu.

Reklāmas aģentūras kvalifikācija:

Reklāmas aģentūru SIA „YourWay” izvēlējas pēc dažādiem parametriem: noteikti, tā ir liela pieredze darbā, kuras rezultāti ir jau esošie darbi, kurus aģentūrai uzņēmumam ir jāprezentē. Otrais, ir pieejamas cenas, ātrs un kvalitatīvs darbs. Trešais, kas ir nepieciešams, ir laba reputācija.

Piegādātāju firmas kvalifikācija:

Piegādātājiem, ar kuriem firma sadarbosies, jābūt ātriem un konkrētiem savā darbā. Protams, pieejamas cenas, pieredze darbā, laba reputācija.

Dizaineru komandas kvalifikācija:

- noteikta specifiska izglītība- dizaina jomā;
- speciālo programmu pārziņa, saistīto ar dizaina un interjera veidošanu;
- pieredze darbā ap 3 gadiem;
- labas sadarbības spējas;
- ātrs un kvalitatīvs darbs.

Kā arī viens no sadarbības partneriem būs apsardzes firma. Apsardzes firma piedāvās savus pakalpojumus, uzstādinot signalizāciju telpās, kā arī, pēc nepieciešamības, piedāvājot dažu apsargu palīdzību. Tā kā, nepieciešamības gadījumā, autors plāno izsaukt apsardzes darbiniekus, firmas birojam jābūt tuvumā no restorāna. Prasības ir sekojošas: laba reputācija, kvalitatīvs darbs, pieejamas cenas.

Telpu īrnieku pakalpojumi (restorānam un birojam) tiek izvēlēti pēc diviem svarīgākajiem kritērijiem: piedāvāto pakalpojumu cenu līmeņa un īres objekta izvietojuma. Ar īrniekiem tiek parakstīts līgums uz 3 gadiem par fiksētu īres maksu.

Komunālo pakalpojumu firmas: dažas no tām ir monopola, citus uzņēmums izvēlās pēc reputācijas, cenu tarifiem.

Kopējais SIA „YourWay” štata saraksts un prasības ir atspoguļotas tabulā Nr. 2.4.

2.4.tabula

SIA „YourWay” štata amatu nosaukumi un prasības²⁶

| Ieņemamais amats | Izglītības līmenis | Pieredze | Valodas zināšanas | Vecums |
|-------------------------|---|-----------------|---|-----------------|
| Valdes priekšsēdētājs | obligāti augstākā (bakalaura vai maģistra grāds, finansu un | >2 gadi | Latviešu un krievu-obligātas, angļu-vidējā līmenī | >18 gadu vecumā |

²⁶ Autora izveidots

| | | | | |
|-----------------------|---|---------------------------------|---|-----------------|
| | ekonomikas jomā) | | | |
| Valdes loceklis | obligāti augstākā (bakalaura vai maģistra grāds, finansu un ekonomikas jomā, vai arī mārketinga jomā) | >3 gadi | Latviešu, krievu, angļu- obligātas (jāmāk arī rakstīt) | >18 gadu vecumā |
| Sekretāre-grāmatvedis | augstākā- nav obligāta, jābūt Grāmatvedības kursu diplomam | >1 gads | Latviešu, krievu, angļu- obligātas (jāmāk arī rakstīt) | >18 gadu vecumā |
| Operators | augstākā- nav obligāta, jābūt IT speciālista kursu diplomam | >2 gadi | Latviešu, krievu, angļu- obligātas (jāmāk arī rakstīt) | >18 gadu vecumā |
| Bārmenis | augstākā- nav obligāta, jābūt bārmeņa kursu diplomam | >1 gadi | Latviešu -obligātas, krievu un angļu (sarunvalodas līmenī) | >18 gadu vecumā |
| Viesmīlis | var būt vidējā vai nepabeigtā augstākā izglītība | >1 gadi (var arī bez pieredzes) | Latviešu, krievu un angļu valodas- obligātas sarunvalodas līmenī (citu valodu zināšanas skaitīsies kā priekšrocība) | >18 gadu vecumā |

Pārsvarā pastāv sekojošās atalgojuma sistēmas: laika darba algas, atalgojums, kas balstīts uz gabaldarba izcenojumiem un jaukta tipa atalgojuma veids. Autora dibinātajā

uzņēmumā tiks piemērota laika darba atalgojuma sistēma visiem darbiniekiem. SIA „YourWay” darbinieku atalgojuma sistēma (bruto alga) uzņēmumā ir atspoguļota 2.5. tabulā.

2.5. tabula

SIA „YourWay” uzņēmuma darbinieku atalgojuma sistēma (LVL)²⁷

| Ieņemamais amats | Stundas likme (bruto) | Atalgojuma sistēma | Bruto mēneša alga |
|----------------------------|------------------------------|--|--------------------------|
| Valdes priekšsēdētājs | 3.00 LVL / st. | strādās 40 st. nedēļā | 480.00 LVL |
| Valdes loceklis | 3.20 LVL / st. | strādās 40 st. nedēļā | 512.00 LVL |
| Sekretāre-grāmatvedis | 2.50 LVL / st. | strādās 40 st. nedēļā | 400.00 LVL |
| Operators | 2.50 LVL / st. | strādās 40 st. nedēļā (jo pasūtījumi tiek pieņemti tikai darba dienās) | 400.00 LVL |
| Bārmenis | 2.80 LVL / st. | strādās mēnesī 15 darba dienas pa 10 st. dienā | 420.00 LVL |
| Bārmenis | 2.80 LVL / st. | strādās mēnesī 15 darba dienas pa 10 st. dienā | 420.00 LVL |
| Viesmīlis 1 | 2.90 LVL / st. | strādās mēnesī 15 darba dienas pa 8 st. dienā | 348.00 LVL |
| Viesmīlis 2 | 2.90 LVL / st. | strādās mēnesī 15 darba dienas pa 8 st. dienā | 348.00 LVL |
| Viesmīlis 3 | 2.90 LVL / st. | strādās mēnesī 15 darba dienas pa 8 st. dienā | 348.00 LVL |
| Kopā mēnesī, BRUTO: | | | 3676.00 |

Visiem darbiniekiem par virsstundu darbu tiek piemērota atbilstoši katram amatam dubultā stundas likme.

²⁷ Autora izveidots

Kā arī, no visiem uzņēmuma „YourWay” darbiniekiem, tikai Valdes priekšsēdētājam ir viena apgādībā esošā persona, kura ir ierakstīta nodokļu grāmatiņā. Visu darbinieku nodokļa grāmatas ir iesniegtas darba devējam, neviens no darbiniekiem nav politiski represēta persona, vai nacionālās pretošanās kustības dalībnieks, kā arī neviens no darbiniekiem nav pensionārs un invalīds.

Detalizētāks algas izmaksu aprēķins par vienu mēnesi ir 2.6.tabulā.

2.6. tabula

SIA „YourWay” algas izmaksu aprēķins par vienu mēnesi, LVL²⁸

| Ieņemamais amats | Bruto mēneša alga | VSAOI (darba devēja: 24.09%) | VSAOI (darbaņēmēja: 11%) | Uzņēmējdarbības riska valsts nodeva | Neapliekamais minimums | Atvieglojums par apgādībā esošajām personām | Iedzīvotāju ienākuma nodoklis (24%) | Valsts budžetā ieskaitāmo nodokļu summa | Darba devēja kopējās algu izmaksas mēnesī |
|-----------------------|-------------------|---------------------------------|-----------------------------|--|------------------------|--|--|--|--|
| Valdes priekšsēdētājs | 480,00 | 115,632 | 52,80 | 0,25 | 45,00 | 70,00 | 74,93 | 243,61 | 595,88 |
| Valdes loceklis | 512,00 | 123,34 | 56,32 | 0,25 | 45,00 | 0,00 | 98,56 | 278,47 | 635,59 |
| Sekretāre-grāmatvedis | 400,00 | 96,36 | 44,00 | 0,25 | 45,00 | 0,00 | 74,64 | 215,25 | 496,61 |
| Operators | 400,00 | 96,36 | 44,00 | 0,25 | 45,00 | 0,00 | 74,64 | 215,25 | 496,61 |
| Bārmenis | 420,00 | 101,18 | 46,20 | 0,25 | 45,00 | 0,00 | 78,91 | 226,54 | 521,43 |
| Bārmenis | 420,00 | 101,18 | 46,20 | 0,25 | 45,00 | 0,00 | 78,91 | 226,54 | 521,43 |
| Viesmīlis 1 | 348,00 | 83,83 | 38,28 | 0,25 | 45,00 | 0,00 | 63,53 | 185,90 | 432,08 |
| Viesmīlis 2 | 348,00 | 83,83 | 38,28 | 0,25 | 45,00 | 0,00 | 63,53 | 185,90 | 432,08 |
| Viesmīlis 3 | 348,00 | 83,83 | 38,28 | 0,25 | 45,00 | 0,00 | 63,53 | 185,90 | 432,08 |
| Kopā, mēn.: | 3676,00 | 885,55 | 404,36 | 2,25 | 405,00 | 70,00 | 671,19 | 1963,35 | 4563,80 |

Balstoties uz visu augstāk minēto informāciju, tiks izveidota SIA „YourWay” štata komanda, kas būs pietiekami kompetenta, lai īstenotu projektu.

²⁸ Autora izveidots

2.5. Ārējā finansējuma piesaistes iespēju analīze

Ārējā finansēšana ir kapitāla piesaiste uzņēmumā no ārpuses. Pastāv vairāki veidi un iespējas, kā piesaistīt kapitālu: tie var būt privātie investori, aizņemtais kapitāls (kredīts, līzings, obligāciju emisija), riska kapitāla fondi, t.sk. biznesa eņģeli (paredzēts inovatīviem projektiem un jaundibinātiem uzņēmumiem) vai, piemēram, ES fondu finansējums.

Uzņēmuma darba organizēšanai un funkcionēšanai ir nepieciešami papildus naudas līdzekļi 27 000 LVL apmērā, lai varētu nodrošināt pirmo uzņēmuma darbības laiku ar nepieciešamām izejvielām, materiāliem un segt pārējās izmaksas.

Autora dibinātajam uzņēmumam finansējums no privātiem investoriem neder, jo ļoti grūti atrast investoru, kurš gribētu ieguldīt naudas līdzekļus ēdināšanas nozarē, parasti viņi investē inovatīvajās jomās, kas saistītas ar informāciju tehnoloģiju un interneta komunikāciju vidē.

No aizņemtā kapitāla veidiem uzņēmumam neder īstermiņa kredīti, jo tiem piemīt lielas procentu likmes (sākot no 19% gadā), īss aizdevuma termiņš (ja termiņš ir ilgāks- ir nepieciešams nodrošinājums), bet uzņēmums plāno iegūt papildus līdzekļus investīcijām uz ilgtermiņu pēc labākiem nosacījumiem.

Riska kapitāls ir ilgtermiņa ieguldījums uzņēmuma pašu kapitālā ar nolūku veicināt uzņēmuma vērtības pieaugumu, finansējot tā straujāku izaugsmi un attīstību.

Šis finansējuma veids būtiski atšķiras no bankas aizdevuma. Saņemot bankas aizdevumu, uzņēmumam ir jābūt pietiekamam nodrošinājumam, kā arī jāatmaksā aizdevuma pamatsumma un jāveic procentu maksājumi, neņemot vērā uzņēmuma biznesa panākumus vai neveiksmes. Riska kapitāla investora pieeja ir krasī atšķirīga, jo viņa ieguldījuma ienesīgums ir tieši atkarīgs no uzņēmuma veiksmīgas darbības un rentabilitātes.

Būtiskākais, ar ko riska kapitāls atšķiras no citiem uzņēmējdarbības finansēšanas veidiem – investors kļūst par uzņēmuma biznesa partneri (gan riski, gan peļņa attiecas gan uz uzņēmuma īpašniekiem, gan uz investoriem).

Atšķirībā no bankas kredīta, riska kapitāla investīcijām nav noteikta atmaksas grafika, termiņa un procentu likmes, kā arī nav ķīlas, jo investors ir orientēts uz uzņēmuma vērtības pieaugumu. Bet, notiek investora līdzdalība uzņēmuma pārvaldē, investors

pretendē arī uz peļņas daļu veiksmīgās darbības gadījumā un kļūst par uzņēmuma īpašnieku biznesa partneri²⁹

Izskatot iespēju saņemt līdzekļus no riska kapitāla fondiem, autors secināja, ka, parasti, šādi fondi finansē inovatīvās idejas par krāsi lielāku kapitālu nekā nepieciešams SIA „YourWay” dibināšanai, kas varētu neieinteresēt investorus. Līdz ar to, esošais finansējums SIA „YourWay” nav pieejams, kā arī uzņēmuma autoram nav pieņemama investora līdzdalība biznesā.

Latvija kā Eiropas Savienības (ES) dalībvalsts, īstenojot ES reģionālo politiku, izmanto ES sniegto finanšu palīdzību ekonomiskajai un sociālajai attīstībai. Lielākie finanšu instrumenti, kuru ietvaros Latvija saņem finanšu palīdzību, ir ES fondi: Eiropas Reģionālās attīstības fonds (ERAF), Eiropas Sociālais fonds (ESF) un Kohēzijas fonds (KF), kuru vadību Latvijā nodrošina Finanšu ministrija. Papildus tam Latvija saņem finanšu līdzekļus arī Eiropas Kopienas iniciatīvu Equal un Interreg ietvaros, kā arī piedalās dažādās citās ES finansētās programmās.³⁰

Eiropas Reģionālās attīstības fonda (ERAF) ietvaros palīdzība tiek sniegta mazāk attīstītajiem reģioniem, galvenokārt koncentrējoties uz publiskās infrastruktūras uzlabošanu un uzņēmējdarbības veicināšanu.

ERAF finansējums paredzēts šādiem pasākumiem:

- biznesa vides sakārtošanai un konkurētspējas paaugstināšanai, jo īpaši mazajos un vidējos uzņēmumos;
- vietējās ekonomikas, t.sk. tūrisma un kultūras mantojuma saglabāšanai;
- izpētei un tehnoloģiju attīstībai;
- vietējo, reģionālo transporta, telekomunikāciju un enerģētikas tīklu un tiem piekļaujošās infrastruktūras attīstībai;
- vides aizsardzībai un attīstībai;
- potenciāla celšanai pētniecībā, zinātnē un tehnoloģijās u.c.³¹

Šī fonda mērķos autors nesaredzēja SIA „YourWay” darbības finansēšanas iespējas, jo pārsvarā fondi finansē uzņēmējus sekojošās nozarēs: ūdens apgādes projekti, veloceļiņi, gājēju ceļiņi, sociālās ēkas, siltinātās ēkas, skolas, bērnudārzi, bērnu/jauniešu centri, kultūrvēstures objekti, tūrisma objekti, ielu, ceļu atjaunošanas projekti, katlumāja,

²⁹ Latvijas Riska kapitāla asociācija [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 14.aprīlī]. Pieejams: <http://www.lvca.lv/kas-ir-riska-kapitals/kas-ir-riska-kapitals/>

³⁰ Eiropas Savienības fondu aktivitātes un projekti [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 14.aprīlī]. Pieejams: <http://www.esfondi.lv/page.php?id=414>

³¹ Eiropas Savienības fondu aktivitātes un projekti [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 14.aprīlī]. Pieejams: <http://www.esfondi.lv/page.php?id=335>

veselības centri, kultūras centri un nami, atkritumu apsaimniekošana un zinātne. Kā arī šāda veida finansēšanas piešķiršana- ir laikietilpīgs process.

Izpētot visu augstāk minēto informāciju, autors secinājis, ka vispiemērotākais variants būtu saņemt kredītu bankā pēc speciālās programmas. Ir izpētītas „Hipotēku bankas” jaundibināto uzņēmumu finansēšanas programmas.

Šobrīd „Hipotēku banka” jau piedāvā vairākas kreditēšanas valsts atbalsta programmas, tai skaitā divas ar Eiropas Savienības struktūrfondu līdzekļiem.

Izpētot informāciju par vairākiem piedāvātajiem projektiem, autors secināja, ka vispiemērotākie divi projekti ir: „Starta programma” un „MVU izaugsmes aizdevumu programma”. Abām programmām ir līdzīgie nosacījumi.

„MVU izaugsmes aizdevumu programmas” jeb Aizdevumi sīko (mikro), mazo un vidējo komersantu un lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvo sabiedrību attīstības veicināšanai programmas ietvaros finansējumu var saņemt mazie, vidējie komersanti, lauksaimnieciskās produkcijas ražotāji un lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvās sabiedrības, kuriem ir ekonomiski pamatoti turpmākās darbības plāni, bet nav pieejams kredītiestāžu finansējums paaugstinātu risku dēļ.

Nosacījumi:

- 1) aizdevumu var saņemt latos un eiro valūtā;
- 2) maksimālo summu līdz 300 000 LVL, bet ne vairāk kā 75% no kopējām projekta izmaksām;
- 3) fiksētu procentu likmi no 5%; vai mainīgu procentu likmi no 3% plus 6. mēn. EURIBOR vai RIGIBOR;
- 4) termiņš no 2 līdz 10 gadiem (ne ilgāk kā līdz 2022. gada 31. janvārim);
- 5) iespēja atlikt pamatsummas maksājumus līdz 2 gadiem, ja tas ir saistīts ar ilgstošu finansētā projekta ieviešanu;
- 6) aizdevumam nepieciešams nodrošinājums;
- 7) aizņēmēja līdzfinansējumam jābūt vismaz 25% vai piesaistot citus kredītresursus, kuriem nav piešķirts nekāds publiskais finansējums;
- 8) kā aizdevuma galvotāji ir jāpiesaista uzņēmuma īpašnieki, kuriem pieder vismaz 10% kapitāla daļu.³²

³² Hipotēku banka, Valsts atbalsts biznesam [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 14.aprīlī]. Pieejams: http://www.hipo.lv/lv/attistibas_programmas/mvu_izaugsmes_aizdevums

Tā kā šīs programmas ietvaros ir nepieciešams vismaz 25% līdzfinansējums - autors atsakās no šī finansēšanas veida, jo nevar piedāvāt nodrošinājumu uz 7 500.00 LVL finansējuma.

Otrās programmas mērķis („Starta programma”) ir saimnieciskās darbības aktivitātes paaugstināšana valstī, attīstot biznesa uzsācēju zināšanas un iemaņas, kā arī sniedzot nepieciešamo finansiālo atbalstu saimnieciskās darbības uzsākšanai.

Nosacījumi ir šādi:

- uz atbalstu var pretendēt Latvijas iedzīvotāji no 18 gadu vecuma, ieskaitot bezdarbniekus, kuri ir izteikuši vēlmi uzsākt komercdarbību vai pašnodarbinātību, kā arī jaundibinātie komersanti;
- programmas ietvaros tiek atbalstīti projekti līdz 60 000 latu;
- tiek atbalstīti projekti ar klienta nodrošinājumu (ķīlu);
- aizdevumu piešķir investīcijām un apgrozāmajiem līdzekļiem uz laiku līdz 8 gadiem;
- paredzamās procentu likmes: fiksētā likme 5-9 procentu ietvaros atkarībā no projekta apjoma un riska vai 6 mēnešu RIGIBOR + 0-4%.³³

Šīs programmas nosacījumos ir piedāvāts nodrošinājums un nav nepieciešams līdzfinansējums, ko uzņēmuma īpašnieki var atļauties piedāvāt.

Uzņēmums saņems finansējumu no „Hipotēku bankas” 27 000 LVL apmērā uz maksimālo termiņu 8 gadi, pie fiksētas procentu likmes (pēc bankas nosacījumiem, procentu likme var mainīties pēc bankas iniciatīvas, iepriekš brīdinot klientu): 6% gadā.

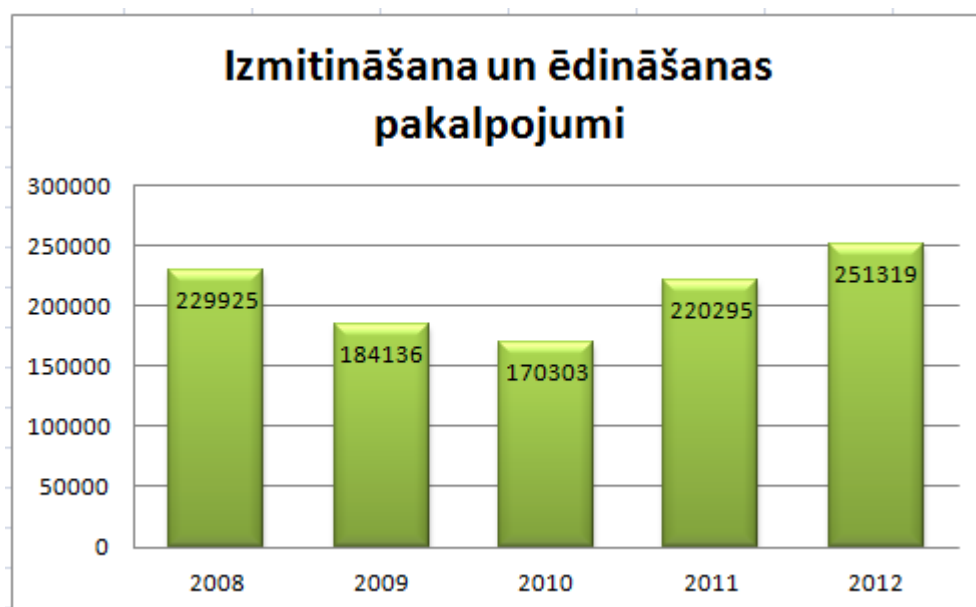
Aizdevuma noformēšanas darbi kopumā izmaksās: 75.00 LVL.

³³ Hipotēku banka, Valsts atbalsts biznesam [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 14.aprīlī]. Pieejams: http://www.hipo.lv/lv/attistibas_programmas/starta_programma/ierobejojumi

3. NOZARES IZPĒTE

3.1.Nozares attīstības tendences pēdējos 3-5 gados

SIA „YourWay” attiecas pie sekojoša uzņēmējdarbības veida: izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi, atsevišķi - ēdināšanas pakalpojumi. Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi pēc NACE klasifikatora (Saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija) ir iekļauti I sektorā. Ēdināšanas nozare aptver restorānus, viesnīcas, bārus, sabiedriskās ēdināšanas iestādes, krogus, restorānus ar ātri pagatavojamu ēdienu pārdošanu promnešanai, kafejnīcas un bistro. Izmitināšanas un ēdināšanas nozares sastāvdaļu kopējā kopproduktā var redzēt 3.1.attēlā.



3.1.att., Iekšzemes kopprodukts pa darbības veidiem, Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi, faktiskajās cenās, 2008.-2012.g., tūkst. LVL³⁴

Izskatot 3.1.attēlu, var redzēt izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu sastāvdaļas no kopējā IKP dinamiku par pēdējiem 5 gadiem. Ir skaidri redzams, ka krīzes laikos (2008.-2010.g.) šīs nozares apgrozījums samazinājās gandrīz divās reizēs, kas bija saistīts ar ekonomikas kopējo lejupslīdi, iedzīvotāju ienākumu līmeņa samazinājumu. Savukārt,

³⁴ Autora izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 15.aprīlī].

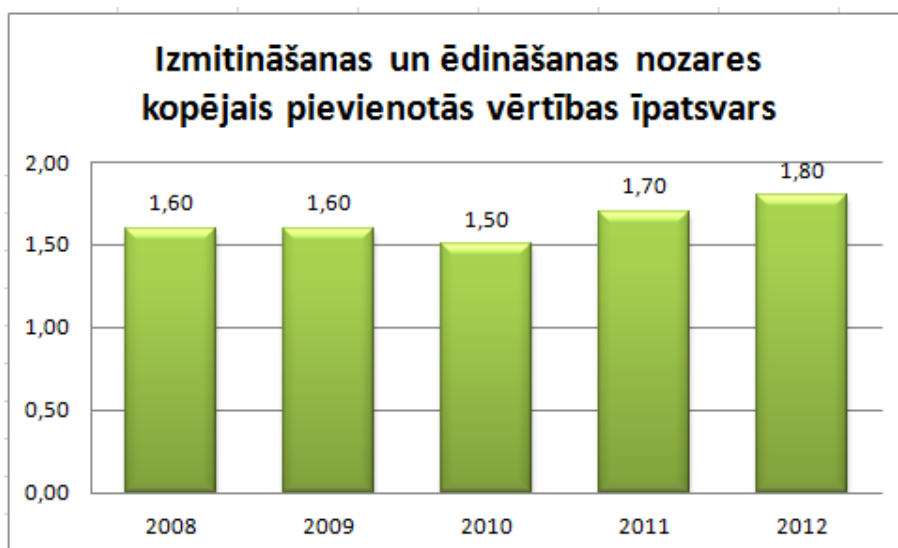
Pieejams:

<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=IK0041&ti=IKG041%2E+IEK%D0ZEMES+KOPPRODUKTS+P+A+DARB%CEBAS+VEIDIEM+%28NACE+2%2Ered%2E%29%2C+%28t%FBkst%2E+latu%29&path=../DATABASE/ekfin/Ikgad%2E7jie%20statistikas%20dati/Iek%20zemes%20kopprodukts/&lang=16>

kopš 2011.gada nozares apgrozījumi atkal sāka pieaugt un ļoti strauji. Tas ļauj prognozēt pieaugumu arī tuvākajos gados, jo Latvijas tautsaimniecībā šobrīd ir vērojama izaugsme.

Ir nepieciešams uzsvērt, ka šī nozare ir cieši saistīta ar ekonomikas attīstības stāvokli valstī kopumā. 3.1.attēlā var skaidri redzēt kā izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozare reaģē uz kopējo ekonomisko situāciju- krīzes laikos: ir vērojama lejupslīde, pēc krīzes laikiem: augšupeja. Bet autors atzīmē, ka starp visu nozaru īpatsvaram no kopējā IKP, esošās nozares īpatsvars, izteiktais tūkst. LVL, ir viens no zemākajiem, kas nozīmē, ka šīs nozares lejupslīde maznozīmīgi ietekmē kopējo IKP arī krīzes laikos, kas ir pozitīvi. Bet tajā pašā laikā, šīs nozares īpatsvars ar katru gadu palielinās, līdz ar to, pierāda savu nepieciešamību.

Ir vērtīgi arī pievērst uzmanību tam, kāds ir īpatsvars šai nozarei kopējā Latvijas pievienotajā vērtībā, procentuāli.



3.2.att., Izmitināšanas un ēdināšanas nozares kopējais pievienotās vērtības īpatsvars, 2008.-2012.g., faktiskajās cenās, %³⁵

Kopējā pievienotā vērtība (PV) ir ražošanas vienības (iestādes) ekonomiskās darbības novērtējums. PV naudas izteiksmē noteikta kā preču un pakalpojumu izlaides un

³⁵ Autors izveidojis pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 15.aprīlī].

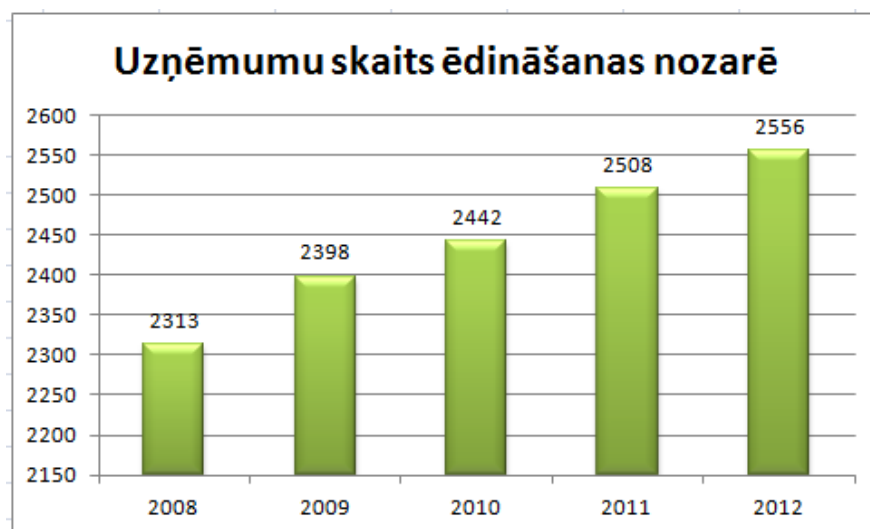
Pieejams:

<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=IK0051&ti=IKG051%2E+KOP%C7J%C2S+PIEVIENTOT%C2S+V%C7RT%C2S+CEBAS+SADAL%CEJUMS+PA+DARB%CEBAS+VEIDIEM+%28NACE+2%2Ered%2E%29%2C++%28faktiskaj%E2s+cen%E2s%3B+procentos%29&path=../DATABASE/ekfin/Ikgad%E7jie%20statistikas%20dati/Iek%F0zemes%20kopprodukts/&lang=16>

starppatēriņa vērtības starpība atbilstošā gada faktiskajās cenās. Starppatēriņu veido ražošanā (ekonomiskajā darbībā) izlietoto pirktu preču un pakalpojumu vērtība.³⁶

3.2.attēlā ir redzams, ka šīs nozares PV īpatsvars pēdējo 5 gadu laikā krāsi nemainījās, ir vērojams neliels kritums 2010. gadā (1.50%) un kopš 2010. gada pakāpenisks pieaugums.

Salīdzinot esošās nozares īpatsvaru ar citām nozarēm, var secināt, ka tās īpatsvars ir viens no mazākajiem visu pēdējo piecu gadu garumā. Tāds pats zems īpatsvars 2012. gadā (1.8%) ir tikai šai nozarei: māksla, izklaide un atpūta. Salīdzinājumam, var minēt esošo nozaru īpatsvaru 2012. gadā: vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts (16.1%), apstrādes rūpniecība (14.5%), transports un uzglabāšana (12.1%) un citi.³²



3.3.att., Ekonomiski aktīvās statistikas vienības ēdināšanas nozarē, 2008.-2012.g.³⁷

Izpētot 3.3.attēlu, ir redzams, ka reģistrēto ēdināšana sfērā uzņēmumu skaits ar katru gadu pieaug. Šajos datos ir ņemtas vērā pašnodarbinātās personas, individuālie komersanti, komercdarbības, zemnieku un zvejnieku saimniecības (kā arī 2010. gadā - fondi, nodibinājumi un biedrības). Neskatoties uz to, ka 2009. un 2010. gados Latvijas tautsaimniecībā bija vērojama lejupslīde, tomēr arī šajā posmā tika vērots uzņēmumu (kā

³⁶ Centrālās statistikas pārvalde [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 15.aprīlī]. Pieejams:

<http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/termini/regiona-kopeja-pievienota-vertiba-34407.html>

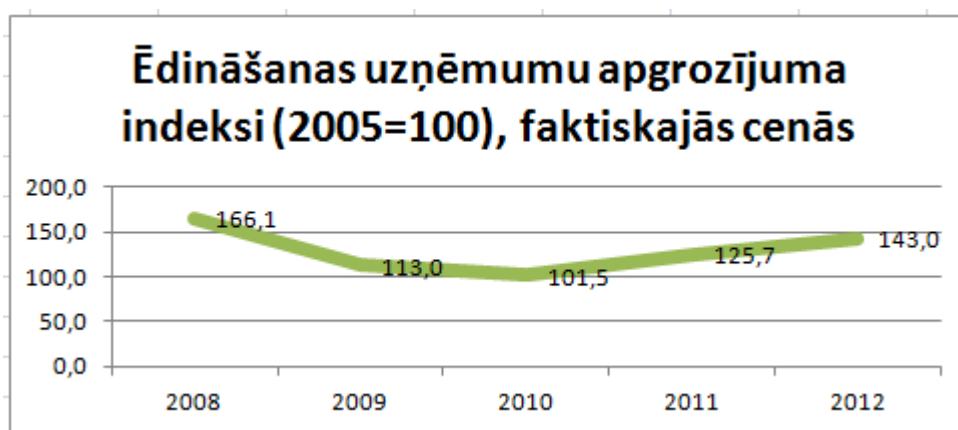
³⁷ Autora izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 15.aprīlī].

Pieejams:

<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=SR0020&ti=SRG020%2E+EKONOMISKI+AKT%CEV%C2S+ST+ATISTIKAS+VIEN%CEBAS+SADAL%CEJUM%C2+PA+GALVENAJIEM+DARB%CEBAS++VEIDIEM+%28NACE+2%2Ered%2E%29&path=../DATABASE/uzreg/lkgad% E7jie% 20statistikas% 20dati/01 skaits/&lang=16>

arī citu ekonomiski aktīvo vienību) skaita pieaugums ēdināšanas nozarē. Tas arī ir saistīts ar to, ka tika atvieglotas dažas prasības jaunajiem uzņēmumiem, piemēram, tika piedāvāta iespēja reģistrēt SIA ar mazāku pamatkapitālu nekā iepriekš.

Pēc autora domām, ēdināšanas pakalpojumus nevar pieskaitīt pie pirmās nepieciešamības pakalpojumiem, jo restorānos un kafējnīcās tiek piemērots uzcenojums uz jau gataviem produktiem. Iedzīvotājiem zem noteiktā ienākumu līmeņa ir iespēja jau gatavus ēdienus aizvietot ar lētāku iespēju iegādāties pārtikas produktus atsevišķi un paēst mājās. Līdz ar to, samazinoties iedzīvotāju ienākumiem, ēdināšanas pakalpojumu apgrozījumi var strauji kristies. Šī tendence bija vērojama 2008.-2010.gados, kad Latvijā bija ekonomiskā lejupslīde. Savukārt, tiklīdz iedzīvotāju ienākumi palielinās, palielinās arī iespēja biežāk apmeklēt restorānus. Šī tendence arī ir redzama 3.4.attēlā: krīzes gados apgrozījuma indeksi samazinās, bet kopš 2010. gada- pieaug.



3.4.att., Ēdināšanas uzņēmumu apgrozījuma indeksi, 2008.-2012.g., faktiskajās cenās, 2005=100, %³⁸

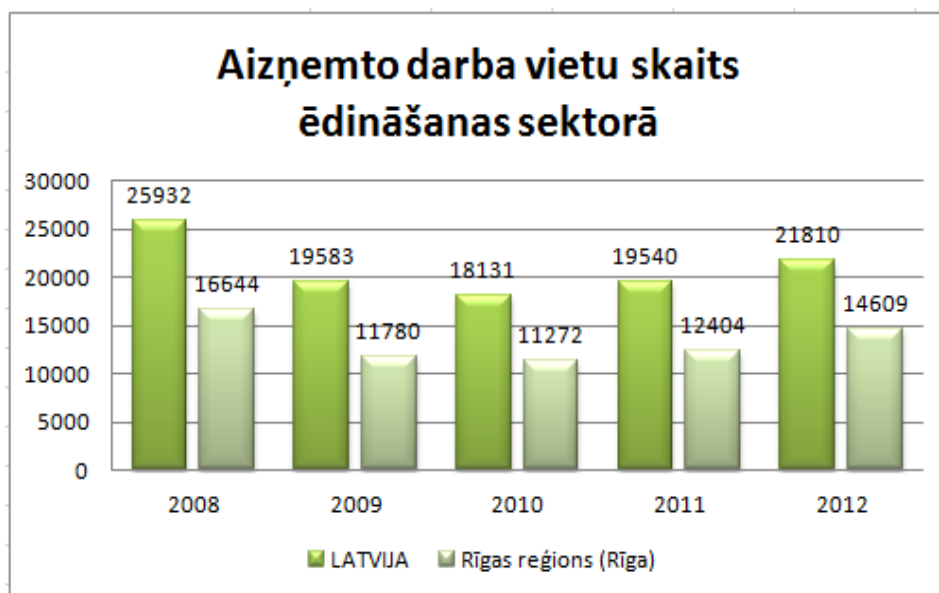
Ēdināšanas nozares viens no raksturojošiem rādītājiem, ir aizņemto darba vietu skaits. Šī nozare ir svarīgs darbavietu avots pakalpojumu nozarē un arī tautsaimniecībā kopumā. 3.5.attēlā var redzēt, ka Latvijas mērogā ēdināšanas pakalpojumu nodarbināto skaits arī atbilst tendencēm valsts ekonomikā. Sākot ar 2008.gadu līdz pat 2010.gadam ir vērojams darba vietu skaita samazinājums ēdināšanas pakalpojumos. Savukārt pēdējo divu gadu laikā, darba vietu skaits šajā nozarē diezgan strauji palielinājās – no 18 131 vietām

³⁸ Autors izveidojis pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 15.aprīlī].

Pieejams:

<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=TI0130c&ti=TI13%2E+PAKALPOJUMU+UZ%D2%C7MUMU+APGROZ%CEJUMA+INDEKSI+UN+P%C2RMAI%D2AS+PA+CETURK%D0%D2IEM%2C++faktiskaj%E2s+cen%E2s&path=../DATABASE/rupnbuvm/%CEstermi%F2a%20statistikas%20dati/Tek%F0zemes%20tirdzniec%EEba%20un%20maksas%20pakalpojumi/&lang=16>

2010.gadā līdz 21 810 vietām 2012.gadā. Rīgas ēdināšanas pakalpojumu sektorā bija vērojamas līdzīgas tendences.



3.5.att., Aizņemtās darbvietas ēdināšanas nozarē, Latvijā un Rīgas rajonā (Rīgā), 2008.-2009.g., skaits³⁹

Kā arī var secināt, ka lielākā daļa darba vietu ēdināšanas pakalpojumos ir tieši Rīgas rajonā (Rīgā). Pēc autora domām, tas ir saistīts ar iedzīvotāju skaitu, blīvumu šajā rajonā, līdz ar to, ēdināšanas pakalpojumi Rīgā ir daudz vairāk pieprasīti. Daudzi cilvēki dzīvo tālu no darba vietas un rodas vajadzība pēc ēdināšanas pakalpojumiem tuvāk darba vietai. Turklāt Rīgas iedzīvotāju ienākumi vidēji ir augstāki Rīgā, vairāk ir arī turīgo cilvēku īpatsvars, kuri patērē tādu restorānu pakalpojumus, kur uzcenojums ir daudz lielāks nekā vidējā līmeņa restorānos un kafejnīcās.

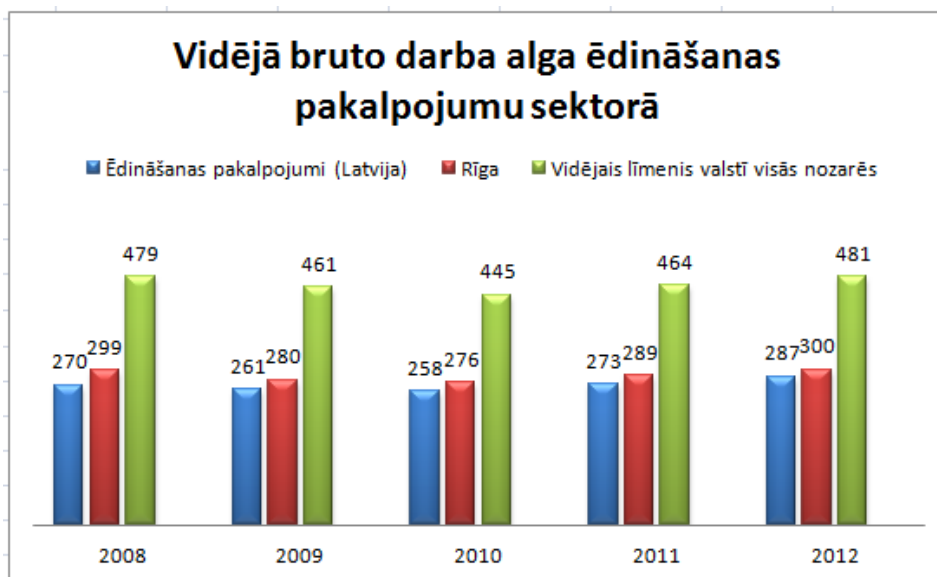
Vēl viens svarīgs rādītājs, kas raksturo ēdināšanas nozares pievilcīgumu no darbinieku puses, ir darba algu apmērs. 3.6.attelā ir redzami dati tieši par vidējo bruto algas apmēru. Var secināt, ka pēdējo piecu gadu laikā bija vērojama vidējās bruto algas sekojošā dinamika: krīzes gados tā pakāpeniski samazinājās, un kopš 2010. gada sāka pieaugt. Rezultāta 5 gados alga palielinājās par 17.00 LVL, ko nevar uzskatīt par lielu summu, it īpaši ņemot vērā cenu inflāciju.

³⁹ Autora izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 16.aprīlī].

Pieejams:

<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=jvs0014g&ti=JVSG014%2E+AIZ%D2EMT%C2S+DARBVIETAS+RE%CCIONOS+PA+DARB%CEBAS+VEIDIEM+VID%C7JI+GAD%C2&path=../DATABASE/Iedsoc/Ikgad%E7jie%20statistikas%20dati/Aiz%F2emt%E2s%20un%20br%E2Evas%20darbvietas%20apmaks%E2tais%20darba%20laiks/&lang=16>

Kopumā, salīdzinot Rīgas bruto algu ar algu Latvijā šajā nozarē, ir redzams, ka Rīgā alga ir visos gados lielāka, ņemot vērā to, ka Rīgā šī nozare ir vairāk attīstīta, lielāks darba vietu skaits un augstāks iedzīvotāju ienākuma līmenis ir koncentrēts tieši Rīgā. Salīdzinot datus ar valsts vidējo bruto algu visās nozarēs, var redzēt, ka ēdināšanas sfērā algas apmērs ir gandrīz divreiz mazāks visos gados, kas var būt saistīts ar to, ka nodarbinātiem ēdināšanas pakalpojumu sektorā pārsvarā neprasa speciālās izglītības vai kvalifikācijas, līdz ar to arī alga ir attiecīgā.



3.6.att., Strādājošo mēneša vidējā bruto darba samaksa (Ēdināšanas nozarē Latvijā, Rīgā) un vidējais bruto algas līmenis valstī visās nozarēs, 2008.-2012.g., LVL⁴⁰

Zemāk, nākošajā attēlā ir redzama informācija par nefinanšu komersantu (komercsabiedrību) peļņu vai zaudējumiem ēdināšanas sfērā. Nefinanšu komersanti ir saimnieciskas vienības, kas veic preču ražošanu vai sniedz nefinanšu pakalpojumus nolūkā gūt peļņu vai citus labumus, piemēram, kapitālsabiedrības, akciju sabiedrības un individuālie komersanti.

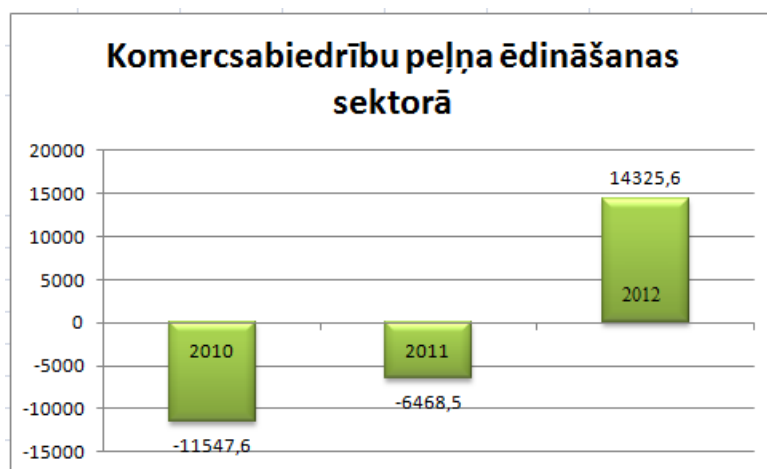
3.7.attēlā, par 2010. un 2011. gadiem ēdināšanas nozarē ir redzami zaudējumi, turklāt 2010. gadā zaudējumi bija lielāki divreiz par 2011. gadu. Tas varēja būt saistīts ar to, ka uzņēmumi ēdināšanas nozarē vēl līdz 2008. gadam strauji attīstījās, tika ieguldītas

⁴⁰ Autora izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 16.aprīlī].

Pieejams:

<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=DS0020&ti=DSG02%2E+STR%C2D%C2JO%D00+M%C7NE%D0A+VID%C7J%C2+DARBA+SAMAKSA+PA+DARB%CEBAS+VEIDIEM+%28latos%29&path=../DATA/BASE/Iedzoc/lkgad% E7jie%20statistikas%20dati/Darba%20samaksa/&lang=16>

lielas investīcijas, kuras vēlāk arī rādīja problēmas ekonomiskās lejupslīdes dēļ. Rezultātā uzņēmumi, kuri, piemēram, palielināja pamatlīdzekļu apjomu, nevarēja tos atpirkt nozares apgrozījuma apjomu krituma dēļ.



3.7.att., Nefinanšu komersantu (komerksabiedrību) peļņa vai zaudējumi, 2010.-2012.g., tūkst., LVL⁴¹

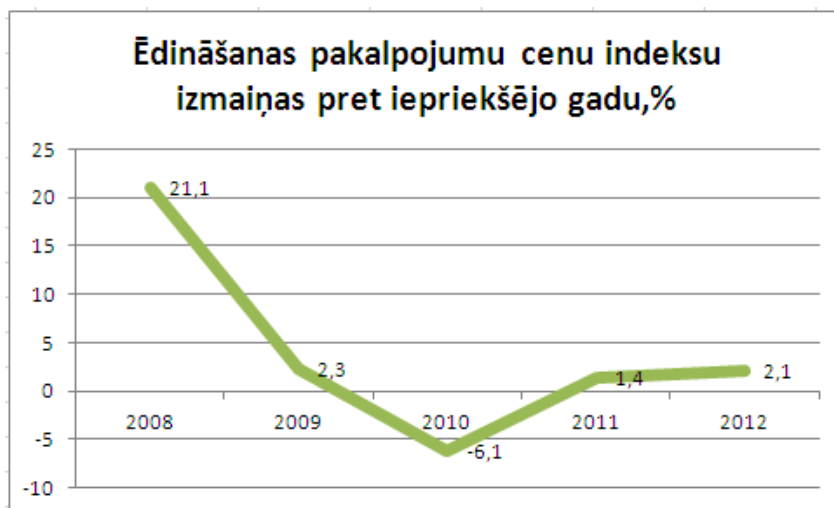
Kā arī, svarīgi apskatīties, cik daudz no sava budžeta, procentuāli, iedzīvotāji ir gatavi tērēt uz ēdināšanas pakalpojumiem (restorāni, kafējnīcas un viesnīcas). Šī informācija ir apkopota attēlā Nr. 3.8.



3.8.att., Mājsaimniecību izdevumu patēriņa struktūra (restorāni, kafējnīcas un viesnīcas), 2008.-2012.g., %⁴²

⁴¹ Autors izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 16.aprīlī].
Pieejams: <http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=UF0070c&ti=UF07%2E+NEFINAN%DOU+KOMERSANTU+%28KOMERCSABIEDR%CEBU%29+PE%CF%D2A+VAI+ZAUD%C7JUMI+PA+DARB%CEBAS++VEIDIEM+%28t%FBkst%2E+latu%29&path=../DATABASE/ekfin/%CEstermi%F2a%20statistikas%20dati/Uz%F2%E7m%E7jdarb%E7bas%20finanses/&lang=16>

Vislielākais izdevumu īpatsvars no kopējā mājsaimniecības budžeta ēdināšanas nozarē bijis 2008. gadā: 5.50%, vēlāk, uz 2010.gadu, šis rādītājs samazinājās līdz pat 3.90%, kas ir saistīts ar ekonomisko lejupslīdi tajā laikā, ar iedzīvotāju ienākumu līmeņa samazinājumu. Sākot ar 2011. gadu, šis īpatsvars ar katru gadu palielinās.



3.8.att., Patēriņa cenu indeksu izmaiņas pret iepriekšējo gadu, ēdināšanas nozarē, 2008.-2009.g.,%⁴³

3.8.attēlā ir redzams, ka straujš cenu līmeņa kritums bija vērojams kopš 2008. gada, kas ir saistīts ar patēriņa cenu inflāciju. Vēlāk (2011.g.-2012.g.), ar katru gadu cenu indekss palielinājās: par 1,4% un 2,1% attiecīgi.

Kopumā Latvijā cenu indekss pārtikas produktiem pēdējo 5 gadu laikā pieauga inflācijas dēļ. Savukārt pēc grafika datiem var spriest, ka ēdināšanas pakalpojumu cenas pat nedaudz samazinājās. Tas saistīts lielākoties ar to, ka uzņēmumi ir bijuši spiesti samazināt cenas, lai palielinātu apgrozījumu uz klientu skaita. Tā bija vienīga iespēja daudziem uzņēmumiem izdzīvot grūtajos laikos.

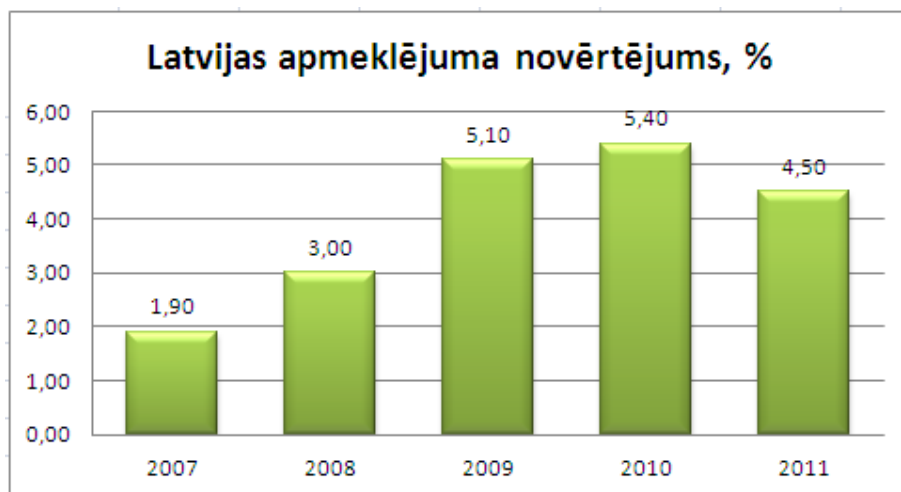
Kopumā, augstākas cenas nozarē var piesaistīt lielākus ieņēmumus no sniegtajiem pakalpojumiem, bet tajā pašā laikā, ja cenas aug strauji, tās var samazināt pieprasījumu pēc pakalpojuma.

⁴² Autora izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 16.aprīlī].
Pieejams:<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=MB0010&ti=MBG01%2E+M%C2%JA%20S%20I%20N%20I%20E%20C%20E%20B%20U%20P%20A%20T%20R%20I%20D%20A%20I%20Z%20D%20E%20V%20U%20M%20U%20S%20T%20R%20U%20K%20T%20D%20B%20R%20A%20%28%25%29&path=../DATABASE/Iedzoc/Ikgad%2E%20statistikas%20dati/M%2E%20s%20a%20i%20n%20i%20e%20c%20e%20b%20u%20p%20a%20t%20r%20i%20d%20a%20i%20z%20d%20e%20v%20u%20m%20u%20s%20t%20r%20u%20k%20t%20d%20b%20r%20a%20%28%25%29&lang=16>

⁴³ Autora izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 16.aprīlī].
Pieejams:<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=PC0020&ti=PCG02%2E+PAT%C7RI%D2A+CENU+INDEKSI+UN+P%C2RMAI%D2AS+GRUP%C2S+UN+APAK%D0GRUP%C2S&path=../DATABASE/ekfin/Ikgad%2E%20statistikas%20dati/Pat%2E%20ri%20F2a%20cenas/&lang=16>

Tā kā autora dibinātais uzņēmums būs paredzēts arī apmeklējumam no tūristu puses, autors uzskata, ka ir vērtīgi arī apskatīt dažus rādītājus, kas saistīti ar ārzemju tūristiem Latvijā.

Viens no tādiem rādītājiem, ir ārzemju tūristu apmierinātība par izklaides iespējām Latvijā.



3.9.att., Latvijas tūristu izklaides iespēju negatīvs novērtējums, 2007.-2011.g, %⁴⁴

3.9.attēlā ir apkopota informācija par ārzemju tūristu izklaides iespēju Latvijā tieši negatīviem vērtējumiem. Var redzēt, ka pirmskrīzes laikos, 2007. gadā, tūristi bija vairāk apmierināti ar izklaides pakalpojumiem Latvijā nekā, piemēram, 2009. un 2010. gadā. Situācija uzlabojas 2011. gadā. Šie dati motivē uzņēmējus uzlabot esošo piedāvājumu Latvijas uzņēmējdarbībā vai piedāvāt jaunas idejas. Kā arī, šie dati liecina par to, ka izklaides nozares (kurā autors attiecina arī savu uzņēmumu) attīstība varētu būt straujāka.

Ir vērts atzīmēt, ka par Latvijas apmeklējuma iemesliem 2012. gadā 38% ārvalstu ceļotāju nosauca atpūtu (kurā var iekļaut gan ēdināšanas, gan izklaides pakalpojumus). Kā arī 27% – darījumu kārtošanu, bet 25% kā ceļojuma iemeslu minēja draugu vai radnieku apmeklējumu.⁴⁵

⁴⁴ Autora izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 21.aprīlī].
Pieejams:<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=TU0060&ti=TUG06%2E+LATVIJAS+APMEKL%C7JUMA+NOV%C7RT%C7JUMS+%28%25%29&path=../DATABASE/transp/Ikgad%E7jie%20statistikas%20dati/T%FBrisms/&lang=16>

⁴⁵ Centrālās statistikas pārvalde [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 21.aprīlī]. Pieejams:
<http://www.csb.gov.lv/notikum/2012gada-nedaudz-pieaudzis-arvalstu-celotaju-skaits-un-vinu-izdevumi-latvija-36419.html>

Ārzemju ceļotājus raksturojošie rādītāji, 2010.-2012.g.⁴⁶

| | Robežšķērs- ojumu skaits, tūkst. | Kopējie izdevumi ārzemēs, milj. latu | Vidējais ceļojuma ilgums, diennaktis | Viena ceļotāja vidējie izdevumi diennaktī, Ls |
|------------------------------------|--|---|---|--|
| Ārvalstu ceļotāji (Latvijā) | | | | |
| 2010 | 5042 | 333.9 | 1,2 | 54 |
| 2011 | 5538 | 379.5 | 1,3 | 53 |
| 2012 | 5569 | 383.6 | 1,2 | 56 |

3.1.tabulā ir redzami galvenie rādītāji, kas saistīti ar ārzemju tūristu ceļošanu Latvijā. Ir vērts atzīmēt, ka ar katru gadu kopš 2010. gada tūristu skaits Latvijā pieaug. Uz 2012. gadu tas sastāda 5569 tūkst. cilvēku, kas ir par 31 tūkst. cilvēku vairāk nekā 2011. gadā. Kā arī, tūristi tērē arvien vairāk savu līdzekļu uz pakalpojumiem un produktiem Latvijā: kopš 2011. gada viena ārzemju tūrista vidējie izdevumi diennaktī palielinājās par 3 LVL.

No visa augstāk minētā var secināt, ka, kaut vai ēdināšanas nozares īpatsvars kopējā pakalpojumu tirgū ir salīdzinoši neliels Latvijā, tomēr visi rādītāji pierada, ka nozare attīstās: pieaug nozares peļņa, īpatsvars ĪKP, palielinās mājsaimniecību izdevumi šajā nozarē, kas labvēlīgi ietekmē uzņēmumu peļņu.

Ir daži aspekti, kuriem tomēr jāpievērš uzmanību: cenu indeksu palielinājums šajā nozarē, kā arī palielinās nozares reģistrēto uzņēmumu skaits, kas varētu nozīmēt, ka palielinās konkurence, no tā arī mainās piedāvāto pakalpojumu cenu līmenis, līdz ar ko, arī šīs nozares uzņēmumu peļņa.

3.2.Nozares attīstības perspektīvas turpmākajos 3-5 gados

Izskatot tuvākās prognozes, tika secināts, ka 2013. gadā visās tautsaimniecības pamatnozarēs sagaidāma izaugsme, tomēr pieauguma tempi būs nedaudz lēnāki nekā 2012. gadā. Augot privātajam patēriņam, palielināsies tirdzniecības nozares un

⁴⁶ Autora izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 21.aprīlī]. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/turisms-galvenie-raditaji-30321.html>

komercpakalpojumu apjomi. Lēnāka izaugsme 2013. gadā kopumā varētu būt būvniecības, kā arī sabiedrisko pakalpojumu nozarēs.

Ekonomikas ministrija prognozē, ka arī 2013. gadā sagaidāms mērens cenu pieaugums (vidēji gada laikā – par 1,5%).

Turklāt, tautsaimniecības attīstības perspektīvas uz 2014.-2020. gadiem ir sekojošas: vidēja termiņa periodā izaugsme nevarēs būt tādos tempos kā no 2005. gada līdz 2007. gadam, jo tās dzinējspēks vairs nebūs apjomīgās finanšu ieplūdes, kas stimulēja iekšējo patēriņu un veicināja galvenokārt pakalpojumu nozaru attīstību.⁴⁷

Ēdināšanas nozarē (kā arī citās vairākās nozarēs) viens no svarīgākajiem rādītājiem ir klientu plūsma. Klientu plūsma ir atkarīga no tā, cik interesants, lēts un vienlaicīgi kvalitatīvs ir uzņēmuma piedāvātais pakalpojums vai prece, kā arī, no ekonomiska aspekta, klientu plūsma ir atkarīga no klienta ienākumiem. Jo lielāka spēja tērēt Latvijas iedzīvotājiem ir, jo lielāka iespēja, ka klienta mājsaimniecības budžeta izdevumu īpatsvars tieši ēdināšanas nozarē palielināsies. Iedzīvotāju spēja tērēt ir cieši saistīta ar iedzīvotāju ienākumu līmeni. Pēc autora domām, uzsverot to, ka līdz šim pēc krīzes laikiem Latvijas iedzīvotāju ienākumi pieaug un iedzīvotāju izdevumu īpatsvars tieši ēdināšanas nozarē arī pieauga par pēdējiem gadiem, tiek arī prognozēts, ka situācija nemainīsies, pieaugums joprojām būs, kā arī iedzīvotāju algu līmenis tiks palielināts vai paliks tajā pašā līmenī tuvākajos gados.

3.2.tabula

Latvijas IKP prognoze nozaru griezumā, 2011.-2020.g. (reālais pieaugums procentos pret iepriekšējo gadu)⁴⁸

| | 2011 fakts | 2012 | 2013 | 2014-2020 (vidēji gadā) |
|---------------------------------|---------------|------|------|----------------------------|
| Iekšzemes kopprodukts | 5,5 | 5,2 | 4,0 | 3,2 .. 4,6 |
| Lauksaimniecība, mežsaimniecība | -0,5 | 6,6 | 3,1 | 2,2 .. 2,7 |
| Apstrādes rūpniecība | 11,7 | 9,2 | 5,4 | 4,3 .. 5,4 |
| Pārējā rūpniecība | -0,9 | -1,6 | 3,2 | 2,9 .. 3,2 |
| Būvniecība | 11,9 | 12,9 | 3,0 | 3,9 .. 6,0 |
| Tirdzniecība, izmitināšana | 9,5 | 7,3 | 4,8 | 3,2 .. 4,2 |
| Transports un uzglabāšana | 8,1 | 3,6 | 2,5 | 3,2 .. 4,3 |
| Citi komercpakalpojumi | 1,2 | 2,9 | 4,1 | 2,9 .. 4,7 |
| Sabiedriskie pakalpojumi | 0,6 | -0,2 | 2,7 | 2,6 .. 4,0 |

⁴⁷ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. – Rīga, 2012. gada, decembris

⁴⁸ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. – Rīga, 2012. gada, decembris

Ēdināšanas pakalpojumus var attiecināt pie „Sabiedriskie pakalpojumi” grupas. Pēc Latvijas ekonomikas ministrijas prognozēm (3.2.tabula), šīs nozares īpatsvars no kopējā IKP ar katru gadu pieaugs, un laika periodā no 2014.-2020.g. vidēji gadā arī turpinās pieaugt par aptuveni 2.6-4.0% pret iepriekšējo gadu.

Izskatot prognozes, kas saistītas ar tūrismu, autors atzīmē Centrālās statistikas pārvaldes priekšnieces Aijas Žīgures komentāru: „Ienākošā tūrisma patēriņa īpatsvars preču un pakalpojumu eksportā Latvijai ir nozīmīgs avots un sniedz vērā ņemamu pienesumu valsts iekšzemes kopproduktam. Tāpēc, lai arī neliels, tomēr ceļotāju skaita un viņu tēriņu pieaugums ir vērtējams pozitīvi.”⁴⁹

Tā kā ar katru gadu ārzemju tūristu skaits Latvijā pieaug, autors nesaskata tādus faktorus, kuri mainītu situāciju arī tuvākajos 3-5 gados šajā nozarē uz negatīvo pusi. To arī apstiprina 2010. gadā izstrādāta un apstiprināta Latvijas tūrisma mārketinga stratēģija 2010.-2015. gadam, kuras ietvaros bija pieņemts, ka lai veicinātu tūrisma nozares attīstību, laika periodam līdz 2015. gadam ir izvirzīti šādi nozares ekonomiskie mērķi:

- palielināt ārvalstu tūristu, kas uzturas 3 un vairāk diennaktis, īpatsvaru;
- palielināt tūrisma pakalpojumu eksporta pieaugumu katru gadu par 5-10% pret iepriekšējo gadu;
- nodrošināt, ka vietējā tūrisma pakalpojumu procentuālajam pieaugumam katru gadu ir tendence apsteigt kopējo tūrisma pakalpojumu eksporta procentuālo pieaugumu.⁵⁰

3.3.Nozares tiesiskais regulējums

Uzņēmuma darbību regulē vairāki likumi, MK noteikumi un citi tiesiskie aspekti.

Likumi, kas regulē restorāna darbību var būt vispārējie, kas attiecās uz dažādu nozaru uzņēmējdarbību, kā arī specifiskie, kas attiecās uz ēdināšanas pakalpojumu nozari atsevišķi. Lai varētu pārskatāmāk izpētīt abu augstāk minēto grupu sastāvdaļas, šo sadalījumu autors parādīja 3.3.tabulā.

⁴⁹ Centrālās statistikas pārvalde [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 28.aprīlī]. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/notikumi/2012gada-nedaudz-pieaudzis-arvalstu-celotaju-skaits-un-vinu-izdevumi-latvija-36419.html>

⁵⁰Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija, Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 28.aprīlī]. Pieejams: http://www.em.gov.lv/images/modules/items/tsdep/zin_2012_2/2012_dec.pdf

SIA „YourWay” darbības tiesiskais regulējums⁵¹

| Vispārējie | Specifiskie |
|--|---|
| <p>-MK noteikumi Nr.65 "Oficiālo publikāciju noteikumi"- nosaka maksu par oficiālo publikāciju, maksas iekasēšanas kārtību un atvieglojumus;⁵²</p> <p>-Likums „Par valsts un pašvaldību kapitāla daļām un kapitālsabiedrībām"- regulē valsts un pašvaldību kapitālsabiedrību darbību, kuras ierakstītas komercreģistrā;⁵³</p> <p>-„Komerclikums"- nosaka komercdarbības vispārīgus noteikumus, Komercreģistra vešanu, būtiskākās prasības uzņēmumu dibināšanā, pārvaldē, peļņas sadalē, īpašnieku atbildībā;⁵⁴</p> <p>-„Konkurences likums"- attiecas uz jebkuru reģistrēto vai neregistrēto tirgus dalībnieku darbību;⁵⁵</p> <p>-„ Satversme”;</p> <p>-u.c. likumi un MK noteikumi.</p> | <p>-„Pārtikas aprites uzraudzības likums"- likuma mērķis ir nodrošināt kvalitatīvas un cilvēka veselībai, dzīvībai un videi nekaitīgas pārtikas apriti, novēršot risku, veicinot tirdzniecību un aizsargājot patērētāju intereses;⁵⁶</p> <p>-MK noteikumi Nr. 631 „Noteikumi par ātrās reaģēšanas sistēmas darbību pārtikas aprītē"- nosaka ātrās reaģēšanas sistēmas darbību pārtikas aprītē atbilstoši Eiropas Parlamenta un Padomes regulām;⁵⁷</p> <p><u>kā arī</u> visi zemāk minētie noteikumi un prasības, saskaņā ar „Pārtikas un veterināro dienestu”:</p> <p><u>LR normatīvie akti:</u></p> <p>-MK noteikumi Nr. 494 "Noteikumi par darbiem, kas saistīti ar iespējamu risku citu cilvēku veselībai un kuros nodarbinātās personas tiek pakļautas obligātajām veselības pārbaudēm"- noteikumi nosaka darbus, kas saistīti ar iespējamu risku citu cilvēku veselībai un kuros nodarbinātās personas (ieskaitot praktikantus) tiek</p> |

⁵¹ Autora izveidots

⁵² MK noteikumi Nr.65. Oficiālo publikāciju noteikumi (29.01.2013).- Latvijas Vēstnesis, 01.02.2013., Nr. 23

⁵³ LR Saeima. Par valsts un pašvaldību kapitāla daļām un kapitālsabiedrībām (26.09.2002).- Latvijas Vēstnesis, 16.10.2002., Nr. 149

⁵⁴ LR Saeima. Komerclikums (13.04.2000).- Latvijas Vēstnesis, 01.06.2000., Nr. 158/160

⁵⁵ LR Saeima. Konkurences likums (04.10.2001).- Latvijas Vēstnesis, 23.10.2001., Nr. 151

⁵⁶ LR Saeima. Pārtikas aprites uzraudzības likums (19.02.1998).- Latvijas Vēstnesis, 06.03.1998., Nr. 60/61

⁵⁷ MK noteikumi Nr.631. Noteikumi par ātrās reaģēšanas sistēmas darbību pārtikas aprītē (27.07.2004).- Latvijas Vēstnesis, 30.07.2004., Nr. 120

| | |
|--|---|
| | <p>pakļautas obligātajām pirmreizējām (pirms stāšanās darbā) un periodiskām veselības pārbaudēm, kā arī periodisko pārbažu veikšanas biežumu ;⁵⁸</p> <p>-MK noteikumi Nr.409 "Pārtikas apritē nodarbināto personu profesionālās kvalifikācijas prasības"- noteikumi nosaka pārtikas apritē nodarbināto personu profesionālās kvalifikācijas prasības, kvalifikācijas iegūšanas kārtību un uzraudzību- ;⁵⁹</p> <p>-MK noteikumi Nr.235 "Dzeramā ūdens obligātās nekaitīguma un kvalitātes prasības, monitoringa un kontroles kārtība"- noteikumi nosaka obligātās nekaitīguma un kvalitātes prasības dzeramajam ūdenim, kārtību, kādā novērtējama dzeramā ūdens atbilstība šo noteikumu prasībām, kā arī dzeramā ūdens monitoringa un kontroles kārtību.;⁶⁰</p> <p>-MK noteikumi Nr.146 "Obligātās nekaitīguma prasības pārtikas piedevām un pārtikas produktiem, kuros izmantotas pārtikas piedevas"- noteikumi nosaka obligātās nekaitīguma prasības pārtikas piedevām un pārtikai, kurā apstrādes, pārstrādes, ražošanas, iesaiņošanas, uzglabāšanas vai transportēšanas procesā</p> |
|--|---|

⁵⁸ MK noteikumi Nr.494. Noteikumi par darbiem, kas saistīti ar iespējamu risku citu cilvēku veselībai un kuros nodarbinātās personas tiek pakļautas obligātajām veselības pārbaudēm (27.11.2001).- Latvijas Vēstnesis, 30.11.2001., Nr. 174

⁵⁹ MK noteikumi Nr.409. Pārtikas apritē nodarbināto personu profesionālās kvalifikācijas prasības (14.06.2005).- Latvijas Vēstnesis, 17.06.2005., Nr. 96

⁶⁰ MK noteikumi Nr.235. Dzeramā ūdens obligātās nekaitīguma un kvalitātes prasības, monitoringa un kontroles kārtība (29.04.2003).- Latvijas Vēstnesis, 30.05.2003., Nr. 81

| | |
|--|--|
| | <p>tehnoloģisku mērķu sasniegšanai izmantotas pārtikas piedevas;⁶¹</p> <p>-MK noteikumi Nr.409 "Pārtikas apritē nodarbināto personu profesionālās kvalifikācijas prasības"⁶²</p> <p><u>Kā arī ES normatīvie akti:</u></p> <p>-Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 178/2002 (2002. gada 28. janvāris), ar ko paredz pārtikas aprites tiesību aktu vispārīgus principus un prasības, izveido Eiropas Pārtikas nekaitīguma iestādi un paredz procedūras saistībā ar pārtikas nekaitīgumu;⁶³</p> <p>-Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 852/2004 (2004. gada 29. aprīlis) par pārtikas produktu higiēnu;⁶⁴</p> <p>-Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 853/2004 (2004. gada 29. aprīlis), ar ko nosaka īpašus higiēnas noteikumus attiecībā uz dzīvnieku izcelsmes pārtiku;⁶⁵</p> <p>-kā arī citi likumi un noteikumi.</p> |
|--|--|

⁶¹ MK noteikumi Nr.146. Obligātās nekaitīguma prasības pārtikas piedevām un pārtikas produktiem, kuros izmantotas pārtikas piedevas (16.02.2010).- Latvijas Vēstnesis, 19.02.2010., Nr. 29

⁶² MK noteikumi Nr.409. Pārtikas apritē nodarbināto personu profesionālās kvalifikācijas prasības (14.06.2005).- Latvijas Vēstnesis, 17.06.2005., Nr. 96

⁶³ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 178/2002- Eiropas Komisija- 28.01.2002

⁶⁴ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 852/2004- Eiropas Komisija- 29.04.2004

⁶⁵ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 853/2004- Eiropas Komisija- 29.04.2004

Visi augstāk minētie „specifiskie” likumi regulē uzņēmuma darbību, atkarībā no noteiktās uzņēmuma specifikas (ēdināšanas pakalpojumu sniedzējiem), līdz ar to, uzņēmums „YourWay” apņēmās pildīt un ievērot visus augstāk minētos noteikumus un regulas, kā arī veikt savu darbību saskaņā ar minētajiem likumiem.

4. UZŅĒMUMA DARBĪBAS RAKSTUROJUMS, PRODUKTI,

PAKALPOJUMI

4.1. Uzņēmuma pakalpojumu raksturojums

SIA „YourWay” ir „unikāls” restorāns, kāda vēl nepastāv citās valstīs, kā arī Latvijā. Pats galvenais produkts, ko piedāvās uzņēmums ir saldējums un saldējuma izstrādājumi, bet tā „unikalitāte” būs atšķirīga ar to, kādā veidā apmeklētāji varēs saņemt šo produktu.

Kā jau bija minēts šī darba 1. nodaļā, restorāns sastāvēs no trim telpām. „Unikalitāte” būs tieši otrajā telpā, kura būs aprīkota kā liels ledusskapis/ saldētava, kuras sienas būs pārklātas pilnībā ar tilpumiem ar saldējumu. Viena tilpuma izmērs būs sekojošgarums: 60 cm, dziļums: 15 cm, kas veidos no tilpuma pēc izskata lielu paplāti. Šādu tilpumu izvietojums būs gar visām četrām sienām, vertikāli pret sienu, tādā veidā veidojot vienu lielu platību ar saldējumu virsmu. Tilpumu izvietojums sāksies pusmetru virs grīda, lai arī pat visjaunākais apmeklētājs varētu to sasniegt.

Šīs paplātes ir iespējams noņemt (ko arī darīs personāls) un papildināt ar saldējumu no speciāli izveidotās noliktavas. Paplātes būs ar dažādas garšas saldējumu (katrā ir viena garša). Klienti varēs paši sev izvēlēties dažāda veida saldējumu un, ar speciālo karoti, ņemot no sienas virsmas saldējumu, likt sev bļodā.

Pilns process izskatīsies šādi:

1) Apmeklētājs ienāk 1.telpā, kur var atstāt savu virsapģērbu: jakas, šalles, cepures: ziemā, rudenī un pavasarī) garderobē. Tālāk virzās pie kasiera, kur maksā par pakalpojumu: fiksētā maksa tiks ņemta uzreiz par apmeklējumu (kā ieejas biļete).

Tālāk klientam tiek izdota mantija (tā saucas uzšūtais pēc pasūtījuma tieši šim restorānam siltais apmetnis) un pie nākošā galda klienti ņem vienu bļodu (tās ir sakārtotas pēc izmēra) un speciālo karoti. Dodas otrajā telpā.

2) Tālāk apmeklētāji ienāk otrajā telpā, kur telpas sienas ir pārklātas ar saldējumu tilpumiem. Telpas dizains izskatās pasakaini: apkārt saldējums, grieztu un sienu dizains atgādina polāro loku, kuros ir attēloti baltie lāči, ledus, sniegs, kā arī ir attiecīgs apgaismojums. Klienti, ar speciālo karoti ņem no sienām saldējumu bumbulīšus un ieliek savā bļodā.

Turpat, pie izejas no otrās telpas ir stends ar visādām piedevām, ko klients var izvēlēties sev pie saldējuma: mazās, krāsainās konfektes, riekstiņi, marmelādes gabaliņi un citas piedevas (sīkāk ir aprakstītas ēdienkartē). Kad visi gardumi ir izvēlēti, klientu aicina uz trešo telpu.

3) Trešā telpa ir visplašākā, kurā ir 7 galdi un bārs. Ienākot 3.telpā, viens no viesmīļiem paņem klienta mantiju, jo telpā vairs nav auksti, un aicina apsēsties pie brīvā galdiņa. Apsēžoties, klients uz galda redz ēdienkarti, no kuras, par papildus maksu, var izvēlēties citus produktus, piemēram, dzērienus (saldējuma kokteiļi vai arī silto), saldo kūku, maizītes, šokolādes un citus saldus ēdienus.

3.telpas dizains ir moderns, kas ir interesants gan bērniem, gan pieaugušiem: ir turpināts 2.telpā uzsāktais dizains, papildus ir šokolādes ūdenskritums, no kura klienti arī var garšot šokolādi, un liela balta lāča skulptūra, izpildīta no penaplasta.

4) Restorānā ir vēl viena telpa, caur kuru klienti, siltajā laikā, var ienākt terasē, kur arī var apsēsties pie viena no trim galdiņiem un baudīt ēdienu.

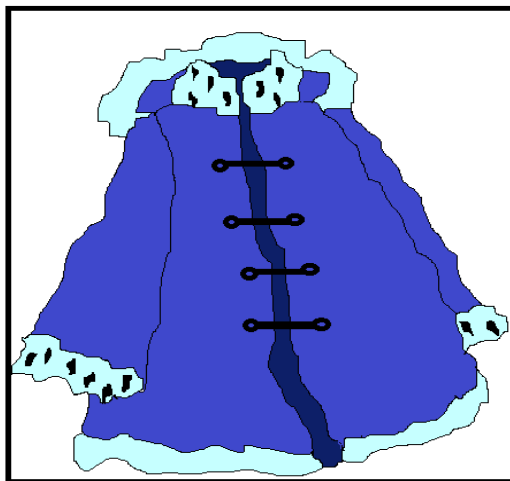
5) Izejot no restorāna, pēc numuriņa, kuru izsniedza sākumā garderobē, klients saņem savu apģērbu atpakaļ un dodas prom. Izeja atrodas restorāna otrajā pusē, lai klientiem nebūtu jāiet atpakaļ caur visām telpām un lai neveidotos lieka klientu plūsma uz abām pusēm, kas varētu traucēt apmeklētājiem.

Restorāna pakalpojumi tiks sniegti, atbilstoši Latvijas Republikas normatīviem aktiem un Eiropas Savienības normām. Pakalpojumu sniegšanas kvalitātei sekos līdzīgu uzņēmuma Valde.

Visi restorānā „YourWay” piedāvātie produkti būs ar augstas kvalitātes līmeni: tiks ievēroti visi sanitārijas noteikumi (trauku un telpu regulārā dīzenfēcija, tīrīšana), produkti tiks glabāti speciālajās tām paredzētajās vietās (ledusskapis ar noteiktu temperatūru, skapji, noliktavas), ievērojot katra produkta glabāšanas nosacījumus (derīguma termiņš, temperatūra). Ēdienu un dzērienu pagatavošanai tiks izmantotas tikai kvalitatīvas izejvielas (produkti) no pārbaudītiem piegādātājiem, kā arī kvalitatīva attiecīgā tehnika.

Restorānā „YourWay” būs piedāvāti sekojošie pakalpojumi, kuru detalizētāks apraksts ir zemāk:

- Speciālās mantijas saņemšana pirms doties uz 2.telpu- klientiem nav jālieto un jānes līdz savas siltās drēbes un nav jā rūpējas par to, ka klients jūtīsies neērti un auksti 2. telpas posmā. Mantijas būs uzšūtas pēc pasūtījuma pēc 4 izmēriem: XL, L, M un S. Mantijas visiem izmēriem izskatīsies līdzīgi kā 4.1.attēlā;



4.1.att., Siltās mantijas ieskicējums, kas tiks piedāvāta klientiem restorānā „YourWay”⁶⁶

- Iespēja izvēlēties bļodas izmēru, kurā apmeklētājs liks saldējumu: būs piedāvātas arī 4 izmēru bļodas (arī līdzņemšanai): XL, L, M un S, jo no bļodas izmēra būs atkarīga apmeklējuma cena (jo mazāka bļoda- jo zemāka cena). Karotes, ar kurām klients otrajā telpā ņems saldējumu būs vienāda izmēra;
- Pats svarīgākais no piedāvātajiem pakalpojumiem: 2.telpā iespēja izvēlēties jebkādas garšas saldējumu un ielikt pašam bļodā, izmantojot speciālo karoti (klientiem, kuriem, iespējams, gribēsies atnākt uz restorānu „YourWay” lai vienkārši pagaršotu saldējumu, būs iespēja ienākt uzreiz 3.telpā (no izejas) un pasūtīt saldējumu pie viesmīļiem, neienākot 2.telpā);
- Iespēja izvēlēties dažādas saldās piedevas pie saldējuma: liels stends ar dažādām piedevām būs pieejams klientam 2.telpā: konfektes, šokolādes gabaliņi, rieksti un daudz dažādu citu piedevu;
- Apmeklētāji var baudīt izvēlēto saldējumu gan iekšējā telpā (3.telpa), gan arī ārā, terasē, kura būs atvērta siltajā laikā;
- Papildus saldējumam, būs iespēja izvēlēties garšīgu saldu ēdienu vai dzērienu no ēdienkartes, kura būs uz katra galda (par atsevišķu maksu);
- Iespēja veikt restorāna produkcijas pasūtījumu uz mājām vai svētku svinēšanas vietām: ja klientiem ir dzimšanas diena, kāzas, jubileja, vārda diena vai jebkuri citi svētki vai vienkārši labs garastāvoklis, ir iespējams pasūtīt precī telefoniski vai restorāna mājas lapā: saldējuma tortes, kas ir ļoti populāras vai vienkārši saldējumu ar

⁶⁶ Autora izveidots

jebkuru garšu un piedevām (tiek vēztas speciālajā mini-ledusskapī, ar kuru ir aprīkota īpašnieka mašīna);

- Iespēja klientiem iepazīties ar produkciju, restorāna bildēm, cenrādi un aktuālo informāciju, kā arī veikt pasūtījumu restorāna mājas lapā Internetā;

- Restorāns „YourWay” piedāvās arī iespēju svinēt pasākumus savās telpās: tiek plānots ka šīs pasākuma veids būs populārs ar laiku, jo restorāna atmosfēra ļauj interesanti pavadīt laiku bērnu svētkos. Telefoniski vai caur mājas lapu klientiem būs iespēja rezervēt atsevišķu galdiņu restorāna telpās, noteiktam pasākumam (parasti- bērnu svētki: dzimšanas diena, vārda diena, pirmā skolas diena un citi): klientiem būs atvēlēts uz noteiktu stundu skaitu atsevišķs galdiņš, būs piedāvāta ekskursija restorānā (ko vadīs viens no viesmīļiem), kā arī saldējums. Rezervēto galdu uzņēmuma darbinieki izrotās atbilstoši svētkiem (baloni, puķes, plakāti). Par šo pakalpojumi klienti maksā uzreiz fiksētu summu, atkarībā no cilvēku skaita.

Nākošajā tabulā ir attēlots cenrādis par visiem produktiem un pakalpojumiem, kuru klienti var izmantot restorānā.

4.1.tabula

Piedāvātais cenrādis restorāna „YourWay” apmeklētājiem, t.sk. PVN⁶⁷

| Pakalpojums | Papildus informācija | | Cena |
|---|----------------------|--------|------------|
| Garderobes pakalpojumi | - | - | Bez maksas |
| Mantijas saņemšana | - | - | Bez maksas |
| Apmeklējuma fiksētā cena: | | | |
| bļodas izmērs | | | |
| | XL | 500 ml | 5.00 LVL |
| | L | 400 ml | 4.50 LVL |
| | M | 250 ml | 4.00 LVL |
| | S | 150 ml | 3.50 LVL |
| Piedevas cena (bez ierobežojumiem, vienai bļodai)* | - | - | 2.00 LVL |
| * Piedevas (rieksti (sāļie, saldie), šokolādes gabaliņi, augļu gabaliņi (ananāsi, āboli, persiki, banāni, bumbieri), saldās konfektes (apaļi, krāsainie), marmelādes gabaliņi, saldētās ogas | | | |

⁶⁷ Autora izveidots

| | | | |
|--|-----------------|--------------|-----------|
| (avenes, zemenes, kazeņu), karameles gabaliņi, kokosriekstu gabaliņi, marcipāns, želējveida piedevas, šokolādes ūdenskritums) | | | |
| Saldējums | Plombīrs | Šokolādes | Vaniļas |
| | Kanēļa | Mandeļu | Ķiršu |
| | Upeņu | Zemeņu | Aveņu |
| | Karameļu | Valriekstu | Kivi |
| | Meža ogu | Meloņu | Vīnoģu |
| | Citronu | Kokosriekstu | Aprikoģu |
| | Piparmētru | Banānu | Pistāciju |
| | Tiramisu | Biskvīta | Papaiģu |
| Restorāna ēdienkarte | | | |
| Dzērieni | | | |
| Karstie dzērieni | Tēja (200 ml) | zaļā | 1.50 LVL |
| | | melna | 1.00 LVL |
| | | piparmētru | 1.00 LVL |
| | | augļu | 1.00 LVL |
| | Kafija (150 ml) | melnā | 1.50 LVL |
| | | ar pienu | 1.80 LVL |
| | Cappuccino | 150 ml | 1.50 LVL |
| | Latte | 150 ml | 1.50 LVL |
| | Espresso | 100 ml | 1.50 LVL |
| | Americano | 150 ml | 1.50 LVL |
| Svaigi spiestas sulas | Burkānu | 300 ml | 1.50 LVL |
| | Apelsīnu | 300 ml | 1.50 LVL |
| | Ābolu | 300 ml | 1.50 LVL |
| | Greipfrūtu | 300 ml | 2.50 LVL |
| | Ananāsu | 300 ml | 2.50 LVL |
| Bezalkoholiskie kokteiļi | Ābolu Mohito | 300 ml | 2.50 LVL |
| | Zemeņu Mohito | 300 ml | 2.50 LVL |
| | Ananāsu Mohito | 300 ml | 2.50 LVL |
| | „YourWay” | 300 ml | 3.00 LVL |
| | Ābolu pasaka | 300 ml | 2.50 LVL |

| | | | |
|---------------------------|---------------------------------------|--------|----------|
| | Rozā pantera | 300 ml | 2.50 LVL |
| Saldējuma kokteiļi | (visa augstāk minēta veida saldējumu) | | 2.00 LVL |
| Minerālūdens | 300 ml | | 0.80 LVL |
| Gāzētie dzērieni | Fanta | 250 ml | 1.00 LVL |
| | Sprite | 250 ml | 1.00 LVL |
| | Coca-cola | 250 ml | 1.00 LVL |
| Deserts | | | |
| Kēkss | 1 gab. | | 1.00 LVL |
| Šokolādes kūka | 1 gab. | | 2.50 LVL |
| Ābolu pīrāgs | 1 gab. | | 2.00 LVL |
| Siera kūka | 1 gab. | | 2.50 LVL |
| Medus kūka | 1 gab. | | 1.80 LVL |
| Ekleris | 1 gab. | | 1.00 LVL |
| Zemeņu kūka | 1 gab. | | 1.50 LVL |
| Maizīte | ar sieru | 1 gab. | 0.50 LVL |
| | ar ievārījumu | 1 gab. | 0.50 LVL |
| | biezpiena | 1 gab. | 0.50 LVL |
| | ābolu | 1 gab. | 0.50 LVL |
| | kāpostu | 1 gab. | 0.50 LVL |
| | banānu | 1 gab. | 0.50 LVL |
| | meža ogu | 1 gab. | 0.50 LVL |
| | citronu | 1 gab. | 0.50 LVL |

Kā arī tiks piedāvāts atsevišķs cenrādis klientiem, kuri vēlās veikt pasūtījumu un rezervēt galdiņu svētku svinēšanai. Šis cenrādis ir apskatāms nākošajā tabulā.

4.2. tabula

Restorāna „YourWay” cenrādis pasūtītājiem un svētku svinēšanai, t.sk. PVN⁶⁸

| Pakalpojums | Cena |
|---|------|
| Piegāde | |
| Piegādes cena tiek rēķināta no km skaita līdz pasūtītāja objektam+ fiksētā cena atkarībā no | |

⁶⁸ Autora izveidots

| pilsētas | | |
|--|---|---------------|
| Fiksētā cena | | |
| Rīga | 2.00 LVL | |
| Citas pilsētas | 3.00 LVL | |
| +Cena, atkarībā no km | 0.30 LVL/ km no Rīgas centra | |
| Pasūtījums* | | |
| *pasūtījuma kopsumma (produktiem no restorāna ēdienkartes) nevar būt mazāka par 5.00 LVL | | |
| Saldējuma tortes (sastāvs tiek pārrunāts ar pasūtītāju) | 5.00 LVL | |
| Saldējuma šokolādes (Bounty, Mars, Snickers, Leon) | 1 gab. | 1.00 LVL |
| Saldējuma izstrādājumi (pēc pasūtītāja vēlmēm un receptēm) | Cena tiek noteikta, atkarībā no pasūtītāja preces | |
| Svētku organizēšana* | | |
| 1 galda rezervācija | | |
| | 2 personas | 15.00 LVL |
| | 3 personas | 30.00 LVL |
| | 4 personas | 40.00 LVL |
| | 5 personas | 50.00 LVL |
| | 6 personas | 60.00 LVL |
| | 7 un vairāk | Pēc pieraksta |
| *cenā ietilps- galdiņa rotājums, ekskursija restorānā, katrai personai saldējuma bļoda (izmērs-pēc vēlmēm)+ piedevas | | |

Visas augstāk izvēlētās pakalpojuma un produktu cenās ir izveidotas, salīdzinot cenas līdzīgiem produktiem un pakalpojumiem pie citiem populārākiem restorāniem un kafejnīcām Rīgas centrā (izņemot saldējuma telpas apmeklējuma cenu, tā tika noteikta savādāk).

Restorāna „YourWay” cenas daudzās produktu grupās ir aptuveni par 15-20% zemākas nekā konkurentiem. Šāda cenu politika tika izvēlēta tieši tāda, lai apmeklētāju reakcija uz cenām nebūtu „asa”, nenobiedētu ar augstām cenām, lai cenu līmenis apmeklētājiem būtu saprotams un pieņemams, pieņemot to, ka klients vēl nav pazīstams ar

restorāna pakalpojumiem un restorāns vēl nav aizņēmis noteiktu nišu tirgū. Līdzīgi konkurentu cenu līmenim, tiks piemērots uzcenojums uz produktiem ap 30-40% no pašizmaksas.

Piemēram, restorānā „YourWay” viens saldējuma kokteilis apmeklētājam izmaksā 2.00 LVL. Salīdzinājumam, izskatot konkurentu cenas uz saldējuma kokteiļiem Rīgā, tika konstatētas sekojošās cenas:

- restorāns „GanBei”: kokteilis „Strawberry breeze” (zemenes, saldējums, multivitamīnu sula, zemeņu sīrups)- 2.50 LVL⁶⁹;
- restorāns „Double Coffee”: kokteilis „Zemeņu” (zemenes, saldējums, sīrups, augļi)- 2.50 LVL;⁷⁰
- restorāns „Neo”: kokteilis „Meža ogu” (saldējums, piens, zemenes, ogas)- 2.80 LVL.⁷¹

Kā arī autors uzskata, ka uzņēmuma pakalpojums ir inovatīvs (tieši tāda restorāna Latvijā nav), līdz ar to, tiek piemērots uzcenojums uz produktiem (piemēram, par bļodu ar saldējumu 500 ml ir pieprasīta cena: 5.00 LVL, kaut gan veikalā par 500 ml saldējuma klients var samaksāt krietni mazāk: sākot no 1.00 LVL). Uzņēmuma „unikalitāte” ļauj autoram piemērot uzcenojumu par pašu pakalpojumu.

Autors izskatīja divas variācijas 2. telpas apmeklējumam: samaksa par saldējumu un piedevām no 2. telpas, atkarībā no produkta daudzuma (pielietojot svarus) un fiksētā samaksa, atkarībā no bļodas izmēra.

Noteikt cenu, atkarībā no produkta daudzuma klientu bļodā ir neizdevīgi, jo, pat ņemot vislielāko piedāvātu bļodu (500 ml), klients var ielikt tikai dažus saldējuma bumbulīšus, kas svērs mazāk par 500 ml (kopā ar piedevām), līdz ar to arī samaksās mazāk par šo saldējuma porciju, nekā ir paredzēts pēc bļodas tilpuma. Uzņēmumam būs neizdevīgi apkalpot esošo klientu, jo viņš patērēs personāla laiku, aizņems viena klienta vietu restorānā par to pašu naudu, kuru maksā klients ar pilnu saldējuma bļodu.

Tika pieņemts lēmums, ka par 2. telpas apmeklējumu un saldējumu tiks maksāta fiksētā summa, lai varētu jau pirmajos uzņēmuma darbības gados iegūt lielākus ienākumus (klients, vēl neizmantojot restorāna pakalpojumus, apmaksā to saņemšanu). Pēc noteikta perioda finansiāliem rezultātiem, pakalpojumu samaksa varētu atšķirties: varbūt uzņēmums mainīs fiksēto samaksu uz samaksu, atkarībā no patērētā produkta daudzuma.

⁶⁹ Kafējnīcas Gan-Bei cenrādis [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 1.maijā]. Pieejams: <http://lage.lv/ganbei/>

⁷⁰ Kafējnīcas Double Coffee cenrādis [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 1.maijā]. Pieejams: <http://www.doublecoffee.com/#assortment>

⁷¹ Kafējnīcas NEO cenrādis [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 1.maijā]. Pieejams: http://lage.lv/neo_menu/

Balstoties uz to, ka restorāns savus pakalpojumus piedāvā gan attālināti, gan uzreiz uz vietas, līdz ar to izplatīšanas kanāli ir gan tiešie, gan netiešie.

Tiešie: klients atnāk uz restorānu, kur viņu sasveicina darbinieki un piedāvā izmantot pakalpojumus: apmeklēt 2. telpu, pasēdēt pašā restorānā vai terasē. Izstāstot par pakalpojumu un produktu priekšrocībām un uzreiz parādot - tādējādi klients var pats redzēt to, par ko viņš maksās naudu. Pie tiešās izplatīšanas darbinieki atstāj noteiktu iespaidu uz klientiem: komunicējot tiešā veidā, klients saprot, kādā līmenī ir apkalpošana, kādā līmenī ir pakalpojumi, kuru piedāvā uzņēmums. Kā arī, apmeklējot restorānu, klients pats var redzēt, cik interesanta ir šī vieta, kāda kvalitāte gan apkalpošanai, gan piedāvātajiem produktiem un pakalpojumiem- paliek noteikts iespaids, kurš nav pastāstīts ar kādu citu personu vai nav parādīts bildē- tas ir klienta tiešais personiskais iespaids par uzņēmumu. Šī veida izmantošanas nepārprotamas priekšrocības: personiskās saskarsmes iespēja ar klientu, attīstot labvēlīgas attiecības; ātrs apkalpošanas veids: viss notiek tagad un uzreiz.

Izplatot savus pakalpojumus tieši, ir arī noteiktie trūkumi, tādi kā lielas izmaksas, nodrošinot kvalitatīvu apkalpošanu, neiespējamība noslēpt pēkšņi radušos trūkumus, ko klients var pamanīt (ja kaut kas nokrita, saplīsa, vai viesmīlis kaut ko aizmirsa piedāvāt vai atnest)- tādi trūkumi, kas ir saistīti vairāk ar cilvēciskiem faktoriem.

Netiešie: klientiem ir piedāvāts arī veikt produkcijas pasūtījumu, kas notiek attālināti:

Telefoniski- firmas operators pieņem pasūtījumu telefoniski, saņemot zvanu uz parasto un viegli atpazīstamo telefona numuru, kur noskaidro precīzi preču veidu, skaitu, summu un apmaksas veidu. Šī veida priekšrocības: pasūtījums tiks sūtīts uz apstrādi uzreiz, bez gaidīšanas laika; ir iespēja noskaidrot visas nianšes, kas var rast neskaidrību klientam, pasūtot precī; nelielas izmaksas, jo klients tiek apkalpots no viņa izejoša zvana. Trūkumi: operatoru papildus apmācība, izmaksas; tehnoloģiskie un sakara traucējumi.

Internets - pasūtījumu ir iespējams veikt, izvēloties saldējuma un saldus produktus firmas mājas lapā, apmaksājot pasūtījumu uzreiz caur klienta Internetbanku vai ar bankas karti, vai izvēloties apmaksas veidu pēc piegādes saņemšanas. Šī veida priekšrocības: prece ir apskatāma attēla veidā; ir ērts pasūtījuma veids; ērts apmaksas veids. Trūkumi: lielākas izmaksas, veidojot mājas lapu (atvēršana, dizains, atjaunošana); datorvīrusu izplatīšanas iespēja; papildus gaidīšanas laiks klientam, kamēr pasūtījums tiks apstrādāts un klients neredz precī ar savām acīm, kā arī nezin preces kvalitāti līdz pat brīdim, kad saņems produktu un pagaršos.

4.2. Izejvielu un materiālu īss raksturojums, piegādātāji

Uzņēmuma darbības nodrošināšanai ir nepieciešamas sekojošās izejvielas un materiāli:

4.3.tabula

Restorāna „YourWay” izejvielas un materiāli, piegādātāji⁷²

| Izejvielas vai materiāla nosaukums | Apraksts |
|------------------------------------|---|
| Saldējums | Saldējuma masas, kuras tiks izlietotas restorāna 2.telpā, kokteiļu pagatavošanai, kā arī saldējuma izstrādājumi (saldējuma tortes, saldējuma šokolādes un citi izstrādājumi pēc restorāna pasūtītāju vēlmēm) tiks pasūtītas pie viena piegādātāja: „Rūjiena Saldējums”, kuri piedāvā lielas pakas saldējuma (5 litri) + saldējuma tortes. Ja izrēķināt, ka 5 litri saldējuma vidēji izlieto aptuveni 15 cilvēki, bet restorāna prognozētais apmeklētāju vidējais skaits dienā ir 50 cilvēki: restorānā vienmēr jābūt ap 16,6 litriem saldējuma, kas vidēji gadā ir 6000 litri; |
| Piens | Piena izlietojums ir nepieciešams kafijas dzērienu un kokteiļu pagatavošanai: ap 2160 litriem/ gadā. Piegādātājs: „Rīgas piensaimnieks”; |
| Tēja | Tēja (visu četru veidu) un kafija tiks uzpirkta pie viena piegādātāja: „Altus”. Tēja- ap 7 kg /gadā, kafija-ap 480 kg/gadā; |
| Kafija | |
| Mīnērālūdens | Tiks pasūtītas pie viena piegādātāja pēc pieprasījuma- atkarībā no izlietojuma |
| Gāzētie dzērieni | |

⁷² Autora izveidots

| | |
|----------------------------------|---|
| | (piegādātājs tiek meklēts): ap 432 litriem/gadā; |
| Dārzeņi | Tiks uzpirktas pie vairumtirgotājiem, atkarībā no patēriņa |
| Augļi | |
| Piedevas | Visiem konditorijas izstrādājumiem (kūkas un maizītes), kā arī garšvielām ir viens piegādātājs: „LaNordia”, kūkas un maizītes tiks piegādātas katru dienu, atkarībā no pārdotā daudzuma, garšvielas tiks uzpirktas uzreiz (aptuveni 70 kg/gadā- ļoti mazs patēriņš, pārsvarā kā dekors uz kokteiļiem) |
| Garšvielas (kakao, kanēlis, ...) | |
| Kēksi | |
| Šokolādes kūka | |
| Ābolu pīrāgs | |
| Siera kūka | |
| Medus kūka | |
| Ekleris | |
| Zemeņu kūka | |
| Siera maizīte | |
| Ievārījuma maizīte | |
| Biezpiena maizīte | |
| Ābolu maizīte | |
| Kāpostu maizīte | |
| Banānu maizīte | |
| Meža ogu maizīte | |
| Citronu maizīte | |
| Galda rotājumu inventārs/Dekori | Ir nepieciešams sekojošs inventārs 40 galdiem: salvetes turētājs, galdauts (tiks iegādāts uzreiz, bet tiks mainīts, atkarībā no sezonas, svētkiem un citiem faktoriem (mainot dizainu))+ dekori svētku/pasākumu pēc pasūtījuma svinēšanai |
| Iepakojuma materiāli | Tiks izvēlēta ar Valdes lēmumu un tiks mainīta, atkarībā no restorāna dizaina izmaiņām (piemēram, iepakojums: Ziemassvētku, atlaižu un citi): iepakojuma materiāli (galvenokārt- kartona kastes un maisi): 180 gab./gadā, personāla forma |
| Personāla forma | |
| Salvetes | |

| | |
|--|--|
| | mainīsies reizi pusgadā. |
| Mantijas | Tiks uzšūtas pēc pasūtījuma (sadarbības partneris: „Baltijas tirgotava”): 80 gab./gadā (mantijas tiks atjaunotas reizi gadā) |
| Citi materiāli (kancelejas preces birojam) | Tiks pasūtīts pie viena piegādātāja: SIA „Dome”, pēc nepieciešamības, reizi gadā (plānotais patēriņš ap 100 LVL gadā) |

Visi augstāk minētie piegādātāji tika izvēlēti, pārsvarā, divu aspektu dēļ: cenu līmenis un reputācija. Saldējums ir pats galvenais produkts, ko piedāvās restorāns, līdz ar to, uzņēmuma īpašnieki nolēma meklēt sadarbības partneri slavenāko saldējuma ražotāju vidū (ko uzņēmuma īpašnieki varētu atklāti pieminēt masu medijos, tādējādi pieradot saldējuma kvalitāti): ir izvēlēts „Rūjiena Saldējums” adekvātu cenu līmeņa dēļ pie labās reputācijas un preces kvalitātes.

Līdzīgi tika novērtēts piegādātājs: „Rīgas Piensaimnieks”, kurš piegādās uzņēmumam pienu: kā arī, tas piedāvā gada laikā vairākas atlaides juridiskiem klientiem.

Pārējie piegādātāji tika izvēlēti, pamatojoties uz īpašnieku iepriekšējo sadarbības pieredzi un pakalpojumu nodrošinājuma kvalitāti.

5. MĀRKETINGS

5.1. Uzņēmuma sniedzamo pakalpojumu būtiskāko noieta tirgu izpēte

SIA „YourWay” pakalpojumi tiks piedāvāti iekšējā tirgū: Latvijas Republikas teritorijā, Rīgā. Uzņēmums pagaidām neplāno tuvākajos 3 gados atvērt restorāna tīklu ārzemēs (pēc 3 gadu analīzes tāda iespēja varētu tikt izskatīta), kā arī visā Latvijā- autors uzskata, ka šāda veida pakalpojums ir nepieciešams tur, kur var būt liels pieprasījums pēc tā- lielāks iedzīvotāju skaits, augstāks ienākumu līmenis, liela pastāvīga klientu plūsma.

Pakalpojumi ir attiecināti uz sekojošo patērētāju grupām:

- Latvijas valsts galvaspilsētas iedzīvotāji;
- ceļotāji no citām Latvijas pilsētām un reģioniem;
- ārzemju tūristi.

Ir paredzēts, ka pārsvarā pakalpojumi tiks sniegti fiziskām personām, bet ja būs ieinteresētība no juridisko personu puses (piemēram, uzņēmums veiks saldējuma tortes pasūtījumu vai uzņēmums rezervēs galdu restorānā), firma apkalpos tos bez izņēmumiem.

Par klientu var kļūt ikviens iedzīvotājs bez vecuma ierobežojumiem. Tā kā darbiniekiem, kas strādās restorānā un pasūtījumu pieņemšanas jomā, obligāti jāzina vismaz trīs valodas: latviešu, krievu un angļu valodas, var tikt apkalpots plašs klientu loks, neatkarīgi no tautības un sarunvalodas (pārsvarā citas tautības cilvēki pārzina angļu valodu bāzes līmenī, vai ir iespēja saprasties citā veidā).

Vēl viena īpaša klientu grupa, uz kuru šī restorāna darbība ir virzīta ir bērni. Restorāna dizains, pats pakalpojuma veids un apkalpošanas stils tiks izveidots, primāri, domājot par bērnu apkalpošanu. Kā arī restorāna ēdienkartē netiek piedāvāti alkohola dzērieni, tabakas izstrādājumi. Restorāna tuvumā ir aizliegts smēķēt (arī restorāna terasē).

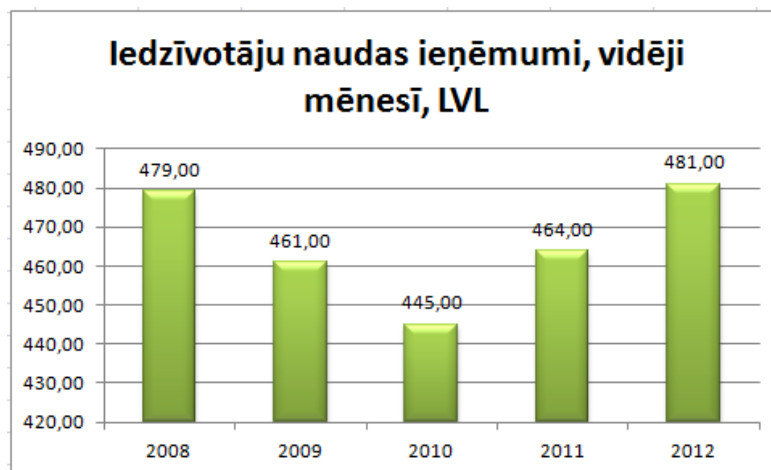
Lai varētu saprast, ar kādu klientu plūsmu ir iespējams rēķināties, atvērot restorānu Vecrīgas centrā, ir nepieciešams noteikt, primāri, kāds ir iedzīvotāju skaits Rīgā un Pierīgas reģionos. Pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem, laika periodā no 2008.-2012. gadam, lielākais īpatsvars Latvijas iedzīvotāju bija un ir koncentrēts tieši Rīgas un Pierīgas reģionos (2012. gadā: 31.82% -Rīgas reģionā un 18.03%- Pierīgas reģionā⁷³, un 5

⁷³ Centrālās statistikas pārvalde [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 30.aprīlī]. Pieejams: <http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=IS0032&ti=ISG032%2E+IEDZ%CEVOT%C2JU+SKAITS+UN+T%C2+IZMAI%D2AS+STATISTISKAJOS+RE%CCIONOS&path=../DATABASE/Iedz/Iedz%EEvot%E2ji%20skaits%20un%20t%E2%20izmai%F2as/P%2Err%E7%EDin%E2ti%20dati%20p%E7c%202011.gada%20tautas%20skait%EE%F0anas%20rezult%E2tiem/&lang=16>

gadu laikā šie dati krāsi nav mainījušies, gluži pretēji- ir redzams neliels palielinājums ar katru gadu.

Kā arī ārzemju un vietējo tūristu skaits palielinās ar katru gadu (to skaits ir aplūkots šī darba 3.nodaļā). Īpaši bieži ārzemju tūristi apmeklē tieši Rīgu, Vecrīgu.

Pēdējos piecos gados ir palielinājies arī iedzīvotāju ienākuma līmenis, kas ir apskatāms 5.1.attēlā.



5.1.att., Strādājošo mēneša vidējā darba samaksa bruto, 2008.-2012.g.,LVL⁷⁴

No iedzīvotāju ienākuma līmeņa ir, primāri, atkarīgs iedzīvotāju patēriņš. Jo lielāki iedzīvotāja ienākumi, jo lielākā spēja tērēt naudu ne pirmās nepieciešamības pakalpojumiem: restorāni, kafejnīcas, atpūta, izklaide un citās nozarēs. 5.1.attēlā ir redzams, ka ienākumu bruto līmenis kopš 2008. gada krities par 34.00 LVL, kas ir saistīts ar pasaules krīzi.

Turklāt, kopš 2010. gada ienākumi pamazām sāka palielināties un 2012. gadā jau kļuva lielāki nekā bija 2008. gadā. Tas saistīts, protams, arī ar kopējo inflāciju valstī un dzīves līmeņa kvalitātes maiņu.

Ir vērts arī atzīmēt ārzemju tūristu Latvijā patēriņu pēdējos gados, jo restorāna darbība ir arī virzīta uz tūristu grupu patēriņu. Pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem, var secināt, ka ārzemju tūristu patēriņš Latvijā ar katru gadu pieaug: 2010. gadā tas sastādīja 54.00 LVL vidēji dienā, bet jau 2012. gadā: 56.00 LVL (dati tabulā ir apkopoti šī

⁷⁴ Autora izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 30.aprīlī].

Pieejams:

<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=II0010&ti=IIG01%2E+IEDZ%CEVOT%C2JU+NAUDAS+IE%D2%C7MUMI+%28vid%E7ji+m%E7nes%EE%2C+latos%29&path=../DATABASE/Iedzsoc/Ikgad%E7jie%20statistikas%20dati/Iedz%EEvot%E2ju%20ie%F2%E7mumi/&lang=16>

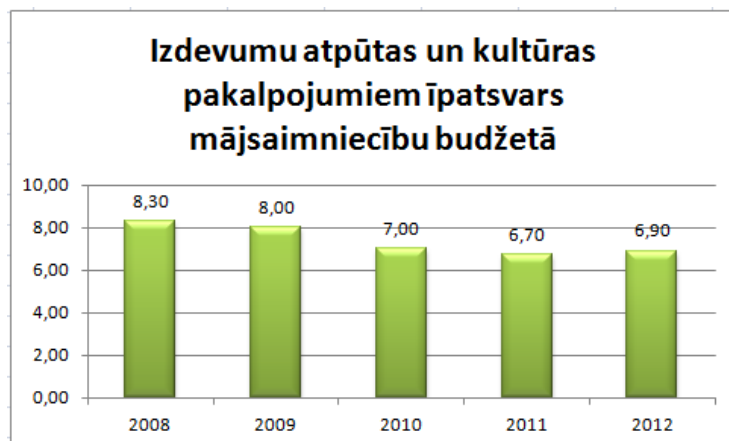
darba 3.nodaļā). Kā arī ārzemnieku kopējie izdevumi ārzemēs palielinājās no 333.9 milj. LVL 2010. gadā uz 383.6 milj. LVL 2012. gadā.



5.2.att., Mājsaimniecību izdevumu patēriņa struktūra (restorāni, kafējnīcas un viesnīcas), 2008.-2012.g., %⁷⁵

Izskatot mājsaimniecību budžeta sadalījumu pēc izdevumu veidiem (5.2.attēls), var secināt, ka mājsaimniecību patēriņš no kopējā budžeta tieši restorānu, kafējnīcu un viesnīcu nozarē sākot ar 2010. gadu katru gadu pieaug un uz 2012. gadu sastāda 4.60%.

Kā arī ir vērts apskatīties iedzīvotāju izdevumu apjomu atpūtas un kultūras nozarē, jo autors viennozīmīgi var apgalvot, ka restorāna „YourWay” pakalpojumus var uzskatīt ka noteiktu izklaides vai atpūtas klāstu.



5.3.att., Mājsaimniecību izdevumu patēriņa struktūra (atpūta un kultūra), 2008.-2012.g., %⁷⁶

⁷⁵ Autors izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 16.aprīlī].

Pieejams:

<http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=MB0010&ti=MBG01%2E+M%C2JSAIMNIEC%CEBU+PAT%C7RI%D2A+IZDEVUMU+STRUKT%DBRA+%28%25%29&path=../DATABASE/Iedzsoc/Ikgad%E7jie%20statis%20dati/M%E2jsaimniec%EEbu%20bud%FEets/&lang=16>

⁷⁶ Autors izveidots pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 30.aprīlī].

Pieejams:

5.3.attēlā var redzēt, ka Latvijas iedzīvotāju patēriņš atpūtai un kultūrai ir lielāks nekā ēdināšanas nozarē. Pirmskrīzes gados patēriņš bijis lielāks: 2008. gadā: 8.30%, krīzes laikā iedzīvotāji kļuvuši taupīgāki un patēriņš atpūtai samazinājās līdz pat 7.00% 2010. gadā.

Kopš 2011. gada, Latvijai sākot ekonomiski stabilizēties un pieaugot iedzīvotāju ienākumiem, patēriņš atpūtai pieauga līdz 6.9% 2012. gadā.

Veicot prognozes, vai patēriņš dotajās nozarēs palielināsies 3- 5 gadu laikā, autors pārliecinoši apgalvo, ka jā. Iedzīvotāju ienākumi nepārprotami pieaug, līdz ar to pieaug arī to patēriņš. Arvien populārāk ir izbraukt no mājām svētkos, brīvdienās, ar ģimeni un apmeklēt kādu no restorāniem vai kafejnīcām.

Restorānu nozarē darbojās arī modes tendences- tagad, mūsdienās, ir ļoti „moderni” satikties ar draudzeni vai draugu un pavadīt laiku kādā no neparastām kafejnīcām vai restorāniem- SIA „YourWay” piedāvā šajā ziņā diezgan neparastu laika pavadīšanu, turklāt, iespēju 3. telpā vai terasē mierīgi pasēdēt, izdzert karsto vai auksto dzērienu un parunāt.

Vietējie iedzīvotāji pārsvarā atpūtai vai ēdināšanas vietai izvēlās Rīgas centru vai Vecrīgu, jo saprot, ka tur ir koncentrēts liels šīs nozares piedāvājumu klāsts. Pirmā vieta, kuru apmeklē tūristi ir bieži vien tieši Vecrīga. Turklāt apmeklēt neparastu vietu un tajā pašā laikā garšīgi paēst desertu- tā ir iecienītākā tūristu nodarbība, jo pēc restorāna „YourWay” apmeklējuma noteikti paliek atmiņā labas emocijas.

5.2. Uzņēmuma klientu analīze

Noteikt uzņēmuma potenciālo klientu grupējumu ir ļoti svarīgi: ir nepieciešams noteikt, uz kādām mērķa klientu grupām restorāns ir orientēts.

Ir nepieciešams noteikt, kas tieši ir uzņēmuma mērķa klienti un ko, kur, kad, kāpēc, cik daudz, cik bieži viņi pērk. Liekas, ka ikviens ir uzņēmuma produkcijas lietošanas kandidāts, un vienā ziņā tā ir taisnība, bet dažu tirgus segmentu klienti ir daudz mazāk kandidāti nekā citu segmentu. Ja uzņēmējs tiecas apkalpot ikviena segmenta

klientus vienlaikus, tad uzņēmējs nevar apmierināt tieši to klientu loku, kuri tiešām ir gatavi patērēt vairāk.⁷⁷

Vislabāk un pārskatāmāk, pēc autora domām, būtu apkopot informāciju par potenciālajiem uzņēmuma patērētāju segmentiem, kā arī piedāvāt to aprakstu tabulas veidā.

5.1.tabula

Patēriņa tirgus segmentācijas pazīmes un kritēriji⁷⁸

| Nr. | Segmentācijas pazīmes | SIA „YourWay” potenciālo klientu segmentācijas kritēriji |
|-----|--|---|
| 1. | <p>Ģeogrāfiskās pazīmes (valsts, pilsēta, ciemati, pilsētu lielums, iedzīvotāju skaits, iedzīvotāju blīvums, klimats)</p> | <p>Restorāns savus pakalpojumus piedāvās <u>Latvijas valsts</u> robežās, <u>Rīgā</u> un (Rīgas) Pierīgas rajonā; <u>iedzīvotāju skaits</u> Rīgā un Pierīgas rajonā: ap 1 milj. iedzīvotāju, kā arī ikgadējo <u>tūristu skaits</u> ir papildus 5569 tūkst. cilv.; <u>iedz. blīvums</u> šajā teritorijā ir ap 2000 cilv. uz km²; <u>klimats</u>: visi četri gada laiki Latvijā ir pelnoši restorānam, bet siltajā laikā (pavasārī un vasarā) ir prognozēta lielāka klientu plūsma (jo restorāns, primāri, tiks asociēts ar saldējumu), ziemā un rudenī- mazāk;</p> |
| 2. | <p>Demogrāfiskās pazīmes (Vecums, dzimums, ģimenes lielums, ģimenes dzīvesveids)</p> | <p>Restorāna klienti var būt klienti <u>bez vecuma ierobežojuma</u>, bet tomēr potenciālie klienti, uz kuriem pārsvarā orientējās uzņēmums ir <u>vecuma robežā</u> no 6-12, un 13-19, 20-29 gadiem (bērni- uztver restorānu kā izklaides centru, un jaunieši, izmanto iespēju mierīgi pasēdēt aiz garšīgas kafijas krūzes); <u>dzimumam</u> nav nozīmes, restorāns piedāvā savus pakalpojumus gan sievietēm, gan</p> |

⁷⁷ Cohen W. A. The Marketing plan, fifth edition, Touro University International - 2006. - 5 p.

⁷⁸ Zālīte A. [atbildīgā redaktore]. Tirgzinības pamati, otrais papildinātais izdevums.- Rīga: J.L.V., 2007.-93 lpp.

| | | |
|----|---|---|
| | | vīriešiem vienādi; <u>ģimenes lielums</u> ir 3 un vairāk cilv., jo ir prognozēts kā restorāna pakalpojumu izmantos liels ģimeņu skaits (tā ir vieta, kur vecāki var pavadīt interesantu laiku ar saviem bērniem); <u>ģimenes dzīvesveids</u> : jauni, precējušies, ar bērniem (1 un vairāk), kā arī vidējā vecuma, precējušies ar bērniem un vecāki, precējušies ar bērniem; |
| 3. | Sociāli ekonomiskās pazīmes (ienākuma līmenis, sociālais līmenis, nodarbošanās) | <u>Ienākuma līmenis</u> ir vidējais un virs vidējā (400 LVL un vairāk)- tā kā piedāvātais pakalpojums nav pirmās nepieciešamības pakalpojums, ir paredzēts, ka iedzīvotāji ar zemu ienākumu līmeni tos izmantos retāk; <u>sociālais līmenis</u> : pārsvarā: skolnieki, studenti, kā arī radošo profesiju darbinieki, valsts institūciju darbinieki, finanšu institūciju darbinieki, uzņēmēji; <u>nodarbošanās</u> : mājsaimnieki (mājsaimnieces), speciālisti, atpūtas cienītāji, mākslas nozares darbinieki, kulinārijas darbinieki, skolas un universitātes darbinieki; |
| 4. | Nacionālās un kultūras pazīmes (izglītība, tautība, reliģija) | <u>Izglītība</u> ir pamatskolas, vidējā un augstākā; <u>tautība</u> : latvieši, krievi, kā arī, nozīmīga ārzemju tūristu apkalpošana (Eiropas, Amerikas un citu pasaules valstu iedzīvotāji); <u>reliģija</u> : nav definētas noteiktas mērķa reliģijas; |
| 5. | Psihogrāfiskās pazīmes (dzīvesveids, rakstura tips) | <u>Dzīvesveids</u> ir aktīvi iedzīvotāji, ceļotāji (svārstīgs dzīvesveids), mājsaimnieces ar ģimenēm; <u>rakstura tips</u> : emocionāls, romantisks, sportisks, azarts, novatorisks; |
| 6. | Rīcības pazīmes | <u>Pirkšanas biežums</u> ir paredzēts vairāk |

| | |
|--|--|
| <p>(pirkšanas biežums, izvēles kritēriji, patērētāja tips, patēriņa pakāpe, zināšanu un ieceru stadijas, pozīcija attiecībā pret preci, patēriņa situācija, tieksme uz jauninājumiem, uzticīguma statuss markai)</p> | <p>„atsevišķos gadījumos” nekā „regulāri”- tādi klienti, kuri gribēs, sākumā, izmēģināt restorāna pakalpojumus, ja patīks- ik pa laikam tos izmantot (svētkos, brīvdienās); <u>izvēles kritēriji</u>: pakalpojuma kvalitātei ir nozīme, prestižs; atbilstība gaidītam, cenu līmeņa pieejamība, izklaides iespēja kopā ar bērnu; <u>patērētāja tips</u>: pirmo reizi lietotājs, kā arī nākotnē regulārs lietotājs (varbūt nav bieži, bet uzticami); <u>patēriņa pakāpe</u>: vidējā un augsta; <u>zināšanu un ieceru stadijas</u>: klientus virzīs ieinteresētība jaunajā pakalpojumā, pēc pakalpojuma izmēģinājuma- vēlāk arī vēlme atkārtot to, par ko klients jau zina; <u>pozīcija attiecībā pret preci</u>: entuziasms, pozitīva; <u>patēriņa situācija</u>: restorāna darbība prognozē piesaistīt klientus viņu atvaļinājumos, brīvdienās, ceļojumu laikā, dažus (kuri veiks produkcijas pasūtījumu mājās)- arī mājas patēriņš; <u>tieksme uz jauninājumiem</u>: novators, sekošana uzņēmuma darbībai/ pakalpojumiem, ātras adaptācijas klienti; <u>uzticīguma statuss markai</u>: vidējās un stipras uzticības klienti.</p> |
|--|--|

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

Konkurence ir uzņēmuma stratēģija un tāda ekonomiski patstāvīgu uzņēmumu sacensība, kas efektīvi ierobežo atsevišķu uzņēmēju spēju ietekmēt vispārējos preču

apgrozības apstākļus (cenu, piedāvājumu) un veicina preču ražošanu un pakalpojumu sniegšanu atbilstoši pieprasījumam.⁷⁹

Tieši tāpēc ir būtiski svarīgi sekot līdzi konkurentu attīstībai, piedāvājumiem un darbībai.

Restorāns „YourWay” ir savā ziņā „unikāls” uzņēmums, kura pakalpojumi vēl nav bijuši piedāvāti Latvijas teritorijā. Bet pat tādām uzņēmumiem ir savi konkurenti vietējā tirgū, jo restorāna pakalpojumos ir ne tikai saldējuma neparasts saņemšanas veids, bet ir arī 3.telpa, kurā klientam tiek piedāvāti parastie deserti un dzērieni, kā vairākos restorānos un kafejnīcās apkārtnē. Līdz ar to, ir vērts analizēt tos uzņēmumus, kuriem pakalpojumu un produktu klāsts ir līdzīgs SIA „YourWay”.

Galveno konkurentu nosaukumi, raksturojums, kā arī finansiālie rādītāji ir atspoguļoti 5.2.tabulā.

5.2.tabula

Uzņēmuma svarīgākie konkurenti, to raksturojums un attīstības prognozes⁸⁰

| Konkurentu nosaukums | Darbības raksturojums | Uzņēmuma darbības analīze, galvenās atšķirības no SIA „YourWay” darbības (+/-) |
|---|---|--|
| „Yo Yo Frozen Yoghurt” kafejnīca | ir pašapkalpošanās kafejnīcu ķēde, kur klienti paši pagatavo savu jogurta saldējuma desertu, klāt pievienojot dažādas piedevas pēc pašu izvēles ⁸¹ . | - „YoYoFrozenYoghurt” ir kafejnīcu tīkls, kas aptver divu valstu tirgus: Latvija un Lietuva, turklāt Latvijā ir atvērti 3 veikali, Lietuvā-2, bet SIA „YourWay” plāno atvērt tikai vienam restorānam vienā vietā un valstī; - Uzņēmums piedāvā veselīgus produktus, ar zemu tauku saturu, kas nav speciāli atrunāts „YourWay” restorānā; - Uzņēmuma veikalu izvietojums (Latvijā) ir ne tikai Rīgas centrā, kas aptver to pašu klientu |

⁷⁹ Zālīte A. [atbildīgā redaktore]. Tirgzinības pamati, otrais papildinātais izdevums. - Rīga: J.L.V., 2007.- 268 lpp.

⁸⁰ Autora izveidots

⁸¹ Kafejnīca Yo Yo Frozen Yoghur, [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 02.maijā]. Pieejams: <http://yooyofrozenyoghurt.com/lv/par-mums/>

| | | |
|---|--|--|
| | | <p>loku, kā SIA „YourWay”, bet arī Pārdaugavā, kas ļauj uzņēmumam aptvert plašāku klientu loku;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cenu līmenis par galējo produktu ir zemāks, nekā restorānā; + Uzņēmuma produktu piedāvājumā ir tikai jogurts, piedevas jogurtam un tikai daži dzērieni, „YourWay” restorānam piedāvājums ir daudz plašāks un daudzveidīgāks; + Kafejnīcā notiek klientu pašapkalpošanās (vienīgā saskarsme ar uzņēmuma darbinieku ir pie kases), restorānā „YourWay”- pašapkalpošanās notiek tikai 2. telpā, kur tas ir paredzēts pēc pakalpojuma veida; + Uzņēmums ir orientēts uz vasaras un pavasara sezonām, ierobežota produktu piedāvājuma dēļ, atkarībā no SIA „YourWay”, kurš var piedāvāt savu produkciju (deserti un karstie dzērieni) arī ziemā un rudenī; -/+ Samaksas veids par jogurtu ir nevis fiksēts, bet ir atkarīgs no rādījuma uz svariem, restorānā „YourWay”- tas ir fiksēts, nodrošinot tādā veidā lielāku peļņu uzņēmuma sākuma posmā; |
| <p>„Coffee inn” kafejnīca⁸²</p> | <p>kafejnīca, kura orientējās uz dažādu kafijas dzērienu piedāvājumu uz vietas un līdzī, kā arī dažādu desertu</p> | <ul style="list-style-type: none"> - „Coffee inn” ir kafejnīcu tīkls, kurš piedāvā 6 kafejnīcas, Rīgas centrā, viena no kurām atrodas ļoti tuvu restorānam „YourWay” (pāri ielai); - kafejnīca papildus savam pamatpakalpojumam piedāvā savas telpas |

⁸² Kafejnīca Coffee inn, [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 02.maijā]. Pieejams: <http://www.coffee-inn.lv/#locations>

| | | |
|--|---|--|
| | <p>piedāvājumu radošiem cilvēkiem;</p> | <p>dažādu ekspozīciju, prezentāciju organizēšanai, kas piesaista vienlaikus papildus klientu loku;</p> <p>+ salīdzinot produktu sortimentu, „Coffee inn” piedāvā pārsvarā tikai kafijas dzērienus (šī kafejnīca var konkurēt ar restorānu „YourWay” tieši 3.telpas ziņā: restorāna pusē, kur arī ir iespējams pasūtīt dzērienus un desertu);</p> <p>+ /- cenu ziņā, konkurentu preces tiek piedāvātās līdzīgā cenu līmenī;</p> |
| <p>Kafejnīca-restorāns „Leduspuķe”⁸³</p> | <p>saldējumu kafejnīca, kurā ir iespējams pasūtīt arī karstos ēdienus</p> | <p>-Kafejnīca atrodas pašā Vecrīgas centrā, netālu no restorāna „YourWay” paredzētajām telpām;</p> <p>-Kafejnīca pastāv jau ilgu laiku, un ir izveidojies savs klientu segments, kuri ir iecienītākie kafejnīcas apmeklētāji;</p> <p>-Cenas uz saldējumu, kā arī uz karstiem ēdieniem ir zemā-vidējā līmenī un ir divas reizēs mazākas nekā restorānā „YourWay” produktiem;</p> <p>+Kafejnīcas telpas ir daudz šaurākas, kas var ietvert trīs reizēs mazāku klientu skaitu vienlaikus, salīdzinot ar „YourWay” restorānu;</p> <p>+ Kafejnīcas saldējuma piedāvājums nav tik daudzveidīgs, kā restorānā, kā arī no piedevām ir tikai daži varianti.</p> |

Pēc autora domām, ņemot vērā restorāna specifiku, svarīgākais konkurents, kuram īpaši jāpievērš uzmanību, ir „YoYo Frozen Yoghurt” kafejnīca, jo uzņēmums piedāvā līdzīgus pakalpojumus: pašam izvēlēties sasaldēto jogurtu, izvēlēties piedevu no liela piedevu skaita, atmosfēra uzņēmumā ir koša, mūsdienīgs dizains, kas varētu būt pievilcīgs

⁸³ Kafejnīca Leduspuķe, [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 02.maijā]. Pieejams: <http://www.barradar.lv/lv/kafejnica/907-leduspuke>

bērniem un pieaugušiem. Tāpēc autors nolēma izpētīt visas priekšrocības un trūkumus, pateicoties nākošai tabulai, lai pārskatāmāk varētu saprast, kurām jomām SIA „YourWay” jāpievērš īpašu uzmanību.

Tabulā Nr. 5.3. ar zaļu krāsu ir izdalītas tās patērētāju prasības, kuras, pēc autora domām, ir labākas, salīdzinot ar konkurentu un ar dzeltenu krāsu- tas, kas tiek piedāvāts vienādā vai līdzīgā līmenī.

5.3.tabula

Uzņēmuma priekšrocības salīdzinājumā ar konkurenta vajajām/stiprajām vietām⁸⁴

| Patērētāju prasības | Ko var piedāvāt konkurents | Ko var piedāvāt SIA „YourWay” |
|-------------------------------|--|---|
| Preču kvalitāte | augstā līmenī (ņemot vērā produktus ar zemu tauku saturu) | augstā līmenī (populārs un pārbaudīts piegādātājs, līdz ar to augsta preču kvalitāte, bet nav ar zemu tauku saturu) |
| Zemas cenas | zemāks | augstāks |
| Sortimenta plašums | saldējumu ziņā- ir plašāks, citu produktu ziņā- šaurāks (dzērieni un citi deserti+ nav pasūtījuma iespējas attālināti) | saldējumu ziņā- šaurāks sortiments, citu produktu ziņā- plašāks (+ ir attālinātā pasūtījuma iespējas) |
| Pēcpārdošanas apkalpošana | nav | ir (viesmīļi + attālināta apkalpošana) |
| Piegādes iespēja patērētājam | nav | ir |
| Organizācijas atrašanas vieta | vairākās vietās, gan Rīgas centrā, gan Pārdaugavā | vienā vietā- Vecrīgā |
| Informācijas pilnīgums | mājas lapā nav pilnas | mājas lapā būs pilna |

⁸⁴ Zālīte A. [atbildīgā redaktore]. Tirgzinības pamati, otrais papildinātais izdevums.- Rīga: J.L.V., SIA, 2007.- 269 lpp.

| | | |
|--------------|---|---|
| | informācijas par pakalpojumiem (cenām, nav viss produktu sortiments parādīts, u.c.) | informācija par produktiem un pakalpojumiem (izstrādes stadijā) |
| Garantijas | visi pārtikas produkti ir sertificēti un tiek pārdoti saskaņā ar likumu un normatīviem aktiem | visi pārtikas produkti ir sertificēti un tiek pārdoti saskaņā ar likumu un normatīviem aktiem |
| Konsultēšana | konsultācijas nav-klientam tiek piedāvāta tikai pašapkalpošanās | klientu jebkurā brīdī var nokonsultēt viens no darbiniekiem klātienē, kā arī, veicot pasūtījumu telefoniski |

Pēc šīs tabulas rezultātiem, var secināt, ka priekšrocību vairāk ir SIA „YourWay”, bet jāpievērš īpašu uzmanību tādiem nozīmīgiem trūkumiem, ka cenu līmenis (ar laiku tiks pārskatīta cenu struktūra un politika), kā arī organizācijas atrašanas vietai, piedomājot par restorāna tīkla atvēršanu citā vietā (citā rajonā, pilsētā).

5.4. Uzņēmuma konkurētspējas analīze

Uzņēmuma konkurētspēja ir viens no svarīgākajiem faktoriem, kas nākotnē ietekmē finanšu rezultātus, veido uzņēmuma tēlu sabiedrībā un tirgū, kā arī rada noteiktus viedokļus par uzņēmuma darbību. Lai varētu izvērtēt restorāna pakalpojumu un produktu konkurētspēju, ir nepieciešams raksturot uzņēmuma produkta vietu tirgū, cenas, kvalitāti, apkalpošanu, atrašanās vietu, kā arī noteikt uzņēmuma vājās un stiprās puses.

Kā autors jau minēja, uzņēmuma pakalpojums ir savā ziņā „unikāls”, tieši tāda restorāna Latvijā vēl nav. Ir līdzīgs pakalpojums vienam no konkurentiem, kuru visas priekšrocības un trūkumi tika izskatīti iepriekšējā apakšnodaļā, kā arī veikti secinājumi, ka, ņemot vērā restorāna „YourWay” trūkumus attiecībā pret „Yo Yo Frozen yoghurt”, tiks

piestrādāts pie uzņēmuma cenu politikas, kā arī ieviests nākotnes plānā atvērt restorānu tīklu. Līdz ar to, izskatot uzņēmuma produkta vietu tirgū, uz šodienu ir atrasta noteikta, vēl neaizņemta niša, kas ir saistīta ar ēdināšanas un tajā pašā laikā ar atpūtas un izklaides nozari un pakalpojumiem.

Nosakot cenu politiku, uzņēmums balstās uz vairākiem faktoriem, kuri to ietekmē:

- uzņēmuma spēja individualizēt produktu pircēja acīs, padarīt to atšķirīgu no konkurentu produktiem;
- reklāma un citi mārketinga elementi, paņēmieni, ko uzņēmumi izmanto, lai ietekmētu pircēju dot priekšroku konkrētajam produktam;
- aizdevuma iespējas un citi pārdošanas nosacījumi (garantija, pārdošanas apkalpošana u.c.), kurus uzņēmums var piedāvāt pircējam;
- uzņēmuma spēja minimizēt pārdodamā produkta ražošanas un pārdošanas izmaksas.⁸⁵

Restorāna „YourWay” cenas tika noteiktas, balstoties uz konkurentu un līdzīgu produktu cenām tirgū. Cenas uzņēmuma pamatpakalpojumam (tieši 2. telpas apmeklējums) ir vidējā- augstā līmenī, jo pakalpojums ir specifisks, kā arī tiek piedāvāta augstas kvalitātes apkalpošana. Liels uzsvars būs arī uz restorāna pakalpojumu reklāmas procesu, pateicoties kuram, nākotnes patērētāji varēs uzzināt un iepazīties ar restorāna specifiku.

No ražošanas un tehnoloģijas viedokļa kvalitāte ir produkta īpašību kopums, piemēram, ilgmūžība, drošums un precizitāte, lietošanas vienkāršība, ātrums un citas ar patēriņa saistītas īpašības, kurām ir noteikti standarti, normas u. tml.

Produkta kvalitāte ir produkta spēja veikt savas patēriņa funkcijas, lai apmierinātu patērētāju vajadzības.

Produkta kvalitātes līmenis var būt zems, vidējs, augsts un augstākais. Protams, kvalitāti nevar vērtēt izolēti, bet kopsakarā ar ekonomiskajiem rādītājiem- cenu, peļņu u.c.⁸⁶

Piedāvāto restorānā „YourWay” produktu kvalitāte tiks nodrošināta augstā līmenī, saskaņā ar nepieciešamiem standartiem un noteikumiem. Uzņēmuma produkti tiek pasūtīti pie populārākiem Latvijā piegādātājiem, kuru pozitīva reputācija ir zināma tirgū, starp vairākiem citiem uzņēmumiem.

Turpinot kvalitātes aprakstu, ir nepieciešams pievērst uzmanību arī apkalpošanas kvalitātei. Uzņēmuma apkalpošanas līmenis būs augsts, visi darbinieki tiks speciāli

⁸⁵ Niedrītis J. Ē. Mārketinga. Trešais, pārstrādātais un papildinātais izdevums. - Rīga: Turība biznesa augstskola, 2005. - 229 lpp.

⁸⁶ Praude V. Mārketinga. Mācību grāmata. - Rīga: 2004.- 339 lpp.

apmācīti pirms uzsākt darbu. Būs rīkoti atsevišķi semināri, ko vadīs uzņēmuma Valde. Uz sekojošiem semināriem nav plānots izdalīt finansējumu, jo Valdes locekļiem ir noteiktā pieredze un skatieni, tie regulāri dalīsies ar savām idejām un vēlmēm klientu apkalpošanas ziņā. Klientu apkalpošana būs viens no svarīgākiem faktoriem, uz kuru tiks pievērsta īpaša klientu uzmanība (caur reklāmu un tiešo apkalpošanu).

Restorāna atrašanas vietai ir būtiska nozīme. Restorāna īpašnieki nomās telpas pašā Rīgas centrā- Vecrīgā, kur ir liela cilvēku plūsma, it īpaši tūristu no ārzemēm, kuri aizņem svarīgu vietu uzņēmuma plānotajā klientu segmentā.

Šī vieta tika izvēlēta arī dēļ telpu plāna, kas perfekti sakrīt ar uzņēmuma mērķu plānu (jau ir piedāvātas trīs telpas, terase, darbinieku pārējtelpas, divas izejas no pretējām pusēm)-tas būtiski atvieglo restorāna būvniecības un dizaina darbus.

Kā arī atrašanās vieta ir viegli sasniedzama: lielākam skaitam no Rīgas sabiedriskajiem transportiem ir pieturas netālu no restorāna, kā arī klienti var piebraukt pie Vecrīgas ar mašīnu, atstājot to uz maksas autostāvvietas. Nav izveidotas speciālās bezmaksas autostāvvietas, jo mērķa klientu segments ir ar vidējiem- augstiem ienākumiem, kas paredz klientu iespēju maksāt par autostāvvietu.

Lai varētu noteikt restorāna vājās un stiprās puses, kā arī iespējas un draudus, tiks veikta SVID (jeb SWOT) analīze. Šīs analīzes veids paredz apkopot informāciju par uzņēmuma stiprām un vājām pusēm, kā arī noteikt uzņēmuma iespējas un iespējamus draudus.

5.4.tabula

Uzņēmuma „YourWay” SVID analīze⁸⁷

| Stiprās puses | Vājās puses |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Pievilcīgās cenas, kas nav augstākas par konkurentu cenām līdzīgiem produktiem; 2. Laba un efektīva reklāma, kas pieejama plašā avotu lokā; 3. Mazs konkurentu skaits ar tieši šādu pakalpojuma klāstu; 4. Plašas pieejamības iespējas pakalpojumam: ne tikai | <ol style="list-style-type: none"> 1. Salīdzinoši jauns pakalpojums, kam vēl ir jāiegūst uzticību iedzīvotāju vidū; 2. Motivācijas trūkums personālam, kas negatīvi var ietekmēt darba efektivitāti; 3. Pastāv iespēja nesaņemt plānoto pieprasījuma apjomu no klientu puses, neuzticības dēļ. |

⁸⁷ Autora izveidots

| | |
|---|---|
| <p>apmeklēšanas iespēja, bet arī iespēja pasūtīt preci: telefons, Internets, kurjers.</p> <p>5. Plašs pakalpojumu sortiments: saldējuma telpas apmeklējums, iespēja baudīt ēdienu restorāna telpās un terasē, iespēja pasūtīt preci uz mājām (gan fiziskām, gan juridiskām personām);</p> <p>6. Plaša klientu veidošanas bāze, gandrīz nav ierobežojumu apkalpošanas klientiem, liels uzsvars uz ārzemju tūristu klientiem;</p> <p>7. Uzsvars uz apkalpošanas augstu kvalitāti - kas ir prioritārās īpašības;</p> <p>8. Pieejama un viegli sasniedzama atrašanās vieta;</p> <p>9. Iespēja pavadīt laiku ģimenēm ar bērniem veselīgā apkārtnē (izklaides iespēja, vieta, kur nav atļauts smēķēt un nav pārdošanā alkoholisko dzērienu);</p> <p>10. Kvalificēti darbinieki Valdē, biroja darbinieki (kam piemīt pieredze, speciālās zināšanas), speciāli apmācīti restorāna darbinieki.</p> | <p>4. Procesu un tehniskās sistēmas nepilnības- īpaši saistīts ar 2. telpas darbību- novatorisks aprīkojums, grūti paredzēt to darbības kvalitāti;</p> <p>5. Potenciāla un iespēju nepilnības- dažādu bremzējošo faktoru dēļ nākotnē pastāv neiespējamība izveidot restorāna tīklu, kas varētu traucēt paplašināt restorāna klientu loku.</p> |
| Iespējas | Draudi |
| <p>1. Plašs klientu loks var pozitīvi novērtēt šī pakalpojuma esamību un ērtību;</p> <p>2. Ar laiku var parādīties pieprasījuma iespējas jaunajos tirgos- citās Latvijas pilsētās;</p> <p>3. Pastāv iespēja, ka uzņēmums iekāros</p> | <p>1. Apkārtējās vides ietekme;</p> <p>2. Konkurentu straujāka attīstība (cenu līmeņa izmaiņu dēļ uz līdzīgiem produktiem iespēja zaudēt noteiktu klientu loku);</p> <p>3. Nestabila situācija tirgū, kas var negatīvi ietekmēt gan pieprasījumu,</p> |

| | |
|--|---|
| <p>savu īpašu klientu loku ar savu attieksmi, ātru un kvalitatīvu apkalpošanu;</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Iespēja optimizēt pakalpojumu kvalitāti un cenas, iegūstot pieredzi pēc noteikta restorāna darbības laika; 5. Iedzīvotāju arvien aktuāla aktīva dzīvesveida tendences var nākotne palielināt pieprasījumu pēc restorāna pakalpojumiem; 6. Tehnoloģiju attīstība un jauninājumi nākotnē var uzlabot uzņēmuma darbību, samazināt izmaksas; 7. Uzņēmuma atvērtība jaunām sadarbības iespējām- elastīgums; 8. Restorāna reputācija var pievest pie popularitātes noteiktajā klientu lokā (jaunieši un ģimenes); 9. Pastāv iespēja neparastu pakalpojumu popularizācijai ārzemēs, pateicoties atsauksmēm no ārzemju tūristu puses (kas nākotnē varētu ietekmēt uz lēmumu pieņemšanu atvērt restorānu tīklu citās valstīs). | <p>gan cenu līmeni;</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Sezonalitāte- pastāv draudi uz apmeklētības apjomu sliktu laika apstākļu dēļ- uzņēmumam var izveidoties „vasaras restorāna” tēls, kas saistīts tikai ar saldējuma pakalpojumiem; 5. Svarīgu darbinieku aiziešana no darba var draudēt uzņēmuma darbībai (bet pārsvarā- īslaicīgi); 6. Finansiālā nestabilitāte uzņēmumā- pastāv risks neiekārot nepieciešamu klientu loku, lai segtu aizdevumu un gūt peļņu nākotnes attīstībai. |
|--|---|

Apkopojot visu augstāk minēto informāciju var secināt, ka uzņēmumam ir diezgan daudz pozitīvu aspektu darbībā, kā arī labvēlīgās attīstības iespējas. No draudiem un vājām pusēm varētu atzīmēt pakalpojuma „nepiedzīvošanos” vietējā tirgū, jo grūti paredzēt, ka pakalpojumu, kura vēl nav, pieņems iedzīvotāji.

5.5. Uzņēmuma mārketinga stratēģijas raksturojums

Lai tiktu veidots pieprasījums pēc piedāvātā pakalpojuma, ir nepieciešams pareizi informēt potenciālus patērētājus par pakalpojuma esamību, būtību, cenām, sniegšanas vietu vai kontaktadresi, priekšrocībām, salīdzinot ar līdzīgiem pakalpojumiem.

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 aptveramās teritorijas (starptautiskā, nacionālā, reģionālā, vietējā);
- pēc izplatīšanas kanāliem (avīzes, televīzija, žurnāli, radio, vide, katalogi, kino, internets, bukleti, iepakojums un citi kanāli).⁸⁸

Vispiemērotākais reklāmas tips pēc satura restorānam ir komercireklāma. Komercireklāmas mērķis ir ietekmēt pircēju domāšanu un rīcību tirgū. To var piedāvāt gan patēriņa, gan lietišķajā tirgū. Reklāmas īpatnības minētajos tirgos izpaužas gan saturā, gan formā (tiek reklamēta uzņēmuma atrašanās vieta, personāls, darbības veids, apkalpošanas garantijas, tiks uzsvērta saistībā ar pircēju segmentiem, to dzīves stilu, statusu sabiedrībā u.c.)⁸⁹

Pēc aptveramās teritorijas pakalpojumi tiks reklamēti tiešā veidā- nacionāli, un netiešā- starptautiski. Ar „tiešo” veidu autors paredz speciāli izveidotu reklāmu pēc pasūtījuma, ar „netiešo”- tās ir ārzemju tūristu atsauksmes, viedoklis, ierosinājumi savas valsts iedzīvotājiem. Šis etaps ir ļoti būtisks, jo nepieprasa nekādus izdevumus, bet veido uzņēmuma tēlu pasaules valstīs.

Pēc izplatīšanas kanāliem: ir vairāki cilvēku tipi, kas uztver reklāmu dažādi, atkarībā no reklāmas sniegšanas veida: vizuāli, kinestētiski un audiāli. Uzņēmuma izvēlētās reklamēšanas metodes ir vizuālā un audiālā metode.

Vizuālā reklāma:

⁸⁸ Praude V. Mārketings 2.grāmata. Teorija un prakse, tiešais pārstrādātais un papildinātais izdevums. – Rīga: Burtene, 2012.- 228 lpp.

⁸⁹ Praude V. Mārketings 2.grāmata. Teorija un prakse, tiešais pārstrādātais un papildinātais izdevums. – Rīga: Burtene, 2012.- 227 lpp.

- Interneta reklāma, kas ietver sevī plašu informācijas sniegšanu uzņēmuma mājas lapā, sociālajos tīklos, kas ir ērts un viegli pieejams reklāmas veids. Priekšrocības: nepārtraukta reklāmas sniegšana, viegli veikt izmaiņas, nav ierobežots iepazīšanas ar reklāmu laiks, salīdzinoši lēta. Trūkumi: ir pieejama ierobežotam klientu lokam.

Restorāna reklāma Internetā būs izveidota kā nelielas kustamās bildes, kurās būs informācija par iespēju jautri pavadīt laiku ar bērniem vai draugiem, būs redzama adrese un uzsvars uz novatorisku pakalpojumu. Šādas reklāmas izmaksas ir atkarīgas no reklāmas baneru skaita- tiks izveidoti 3 dažādi baneri, katrs no kuriem izmaksā 17.00 LVL, kopā 51.00 LVL.

Kā arī uzņēmums izveidos savus profilus sociālajos tīklos: „Facebook”, „Draugiem” un „Twitter” un regulāri atjaunos tur informāciju, kas nepieprasa izmaksas.

- Reklāma tirdzniecības vietās- baneri un skatlogu aplīmēšana, ir īpaši izdevīgi izplatīt plakātus ar restorāna adresi, webadreses un telefona numura informāciju plašās publiskajās vietās (pārtikas veikali, tirdzniecības centri, blakus citiem restorāniem, u.c.). Priekšrocības: ērts un lēts reklamēšanas līdzeklis, uzmanības pievēršanai, ērti maināms un aizvietojams. Trūkumi: pagrūti pievērst uzmanību baneriem, kuri atrodas skatlogā pie citiem baneriem. Kā arī baneri ir nekustāmās bildes, kas nepievērš tik asi klientu uzmanību kā kustāmās bildes ekrānos.

Ar šo reklāmas veidu nodarbosies speciāli pieaicinātā reklāmas aģentūra noteiktajā laika posmā (reklāmas aģentūras var mainīties, atkarībā no iepriekšējās sadarbības pieredzes un Valdes apmierinātības). Paredzētās izmaksas par visu reklāmas kampaņas periodu reklāmas aģentūrai: 500.00 LVL.

- Iespējā reklāma (tūristu bukleti, avīzes, žurnāli), paredzēti noteiktajam klientu lokam, it īpaši tūristiem, ir ērti saskatāmi. Tika izvēlēti žurnāli par modi, kas ir populāri jauniešu vidū (divi), kā arī nedēļas avīze (viena), kur ir atvēlēta noteikta vieta izklaides iespējām (kino, mūzikas, izstādes, interesantās vietas, ko klienti var apmeklēt). Kā arī būtiska loma ievietot informāciju tūristu bukletos, kas pievērsīs arī viņu uzmanību. Priekšrocības: tiek nodrošināta nepārtraukta pieejamība, salīdzinoši lēta. Trūkumi: maza sasniedzamība potenciāliem klientiem, pieprasa ilgu sagatavošanas laiku.

Izmaksas par reklāmas ievietošanu divos žurnālos („Cosmopolitan” un „Privātā dzīve”): 100.00 LVL kopā, tūristu bukleti (turfirma „Atlantic Travel” un „Mari”): 100 LVL, kā arī par reklāmas ievietošanu vienā avīzē („MK Latvija”): 120.00 LVL.

Audiālā reklāma:

- Radio reklāma, noteiktajā radiostacijā pusminūtes laikā tiks izskanēts uzņēmuma pamatinformācija par pakalpojumu un kontaktinformācija. Priekšrocības: daudzi klienti labāk uztver reklāmu, dzirdot reklāmas saukli, var regulēt reklāmas biežumu. Trūkumi: paredzēta tikai noteiktam klientu lokam, lielas izmaksas un laikietilpīga sagatavošanās.

Reklāma skanēs vienā no populārākām radio stacijām „European Hit Radio” divas nedēļas, 3 reizes dienā (vienas reklāmas ilgums: 30 sekundes, maksā: 14.99 LVL), kopējās izmaksas ir 629.58 LVL.

Uzņēmums npublicēs savu reklāmu televīzijā un kino, lielu izmaksu dēļ.

Kopējās reklāmas izmaksas sastāda: 1500.58 LVL/gadā, bez PVN (augstāk minētās summas arī ir norādītas bez PVN).

Kā arī vienreizējās izmaksas ir uzņēmuma mājas lapas dibināšana: 200.00 LVL un logotipa izstrādei: 500 LVL.

Pirms restorāna atvēršanas tiks izveidota noteikta reklāmas kampaņa, kuras laikā tiks izmantoti visi augstāk minētie reklāmas veidi, lai izplatītu ziņu par jaunā restorāna atvēršanu, atrašanās vietu, pamatpakalpojumiem. Reklāmas kampaņas ilgums ir divas nedēļas pirms restorāna darbības uzsākšanas.

Vēlāk, tiks rīkotas citas reklāmas kampaņas ar citiem mērķiem- tuvāk vasaras sezonām tiks uzsvērti uzņēmuma saldējuma pakalpojumi, kā arī notiks dažas akcijas tuvāk rudens un ziemas sezonām, lai pēc vasaras klientiem nepaliktu iespaids, ka tas ir „vasaras sezona” restorāns, lai pieturētu to pašu klientu plūsmu ar citiem izdevīgiem nosacījumiem.

Ir paredzēts, ka reklāma internetā tiks atjaunota un piedāvāta visa gada laikā, citi reklāmas veidi tiks aktīvi izmantoti tuvāk vasaras sezonām katrā gadā un tuvāk rudens sezonām, kas paredz aptuveni tādas pašas izmaksas, kā pie restorāna atvēršanas. Reklāmas izmaksas ir apkopotas šī darba 7. nodaļā.

6. PROJEKTA ĪSTENOŠANAS PLĀNS

6.1. Projekta mērķis un uzdevumi

Projekta mērķis ir ar 2013. gada 1. maiju uzsākt uzņēmuma SIA “YourWay” dibināšanu, kas sākot ar 2013. gada 1. oktobri uz 135 m² platuma piedāvās Rīgas iedzīvotājiem unikālus pakalpojumus ēdināšanas sfērā, spēs iekārot savu pozīciju tirgū.

Projekta īstermiņa mērķis ir jaunā unikāla restorāna dibināšana projekta gaitā noteiktajā termiņā, kuras ietvaros patērētājiem būs vairākas iespējas pagaršot jebkāda veida saldējumu visu četru sezonu laikā.

Projekta ilgtermiņa mērķi ir sekojošie:

- Mērķtiecīgi piesaistīt klientus no ārzemēm (tūristus) un no citām Latvijas pilsētām, tādējādi paplašinot klientu segmentu;
- Nodrošināt jaunu darba vietu piedāvājumu Latvijā, samazinot bezdarbnieku skaitu;
- Sava veida pozitīvu emociju “ģeneratora” izveide apkārtējiem un īpaši uzņēmuma klientiem, pateicoties servisam un sekošanai standartiem un korporatīvās kultūras principiem;
 - Peļņas gūšana- nostiprinot savas pozīcijas pakalpojumu sfērā, piesaistot lielāku klientu loku, peļņai jāpalielinās saskaņā ar tām izmaiņām;
 - Cieņas no klientu, partneru, piegādātāju un konkurentu puses iekarošana, pateicoties nevainojamai apkalpošanai, produkta kvalitātei, tēlam, un attiecīgi — uzņēmuma reputācijai;
 - Ar katru mēnesi piesaistīt plašāku klientu loku- tie var būt gan tūristi, gan iedzīvotāji no citām pilsētām un laukiem;
 - Nostiprināt savu stāvokli tirgū, kā labāko ēdināšanas un izklaides pakalpojumu sniedzēju savā jomā, kas apvieno divas sfēras vienlaikus (ēdināšana un izklaide);
 - Palielināt savu konkurētspēju, piedāvājot plašāku produkcijas izvēlni par pieejamām cenām un piedāvājot apmeklēt uzņēmuma dibinātu mājas lapu, veicot tajā pasūtījumus;
 - Personīgo, oficiālo un biznesa attiecību nostiprināšana, kā arī valsts ekonomikas kopumā attīstības veicināšana.

6.2. Projekta īstenošanai nepieciešamie resursi

Restorāna „YourWay” dibināšanai ir nepieciešama vairāku resursu grupu piesaiste: tehnoloģijas, darbinieki, izejvielas, kā arī naudas līdzekļi.

6.1.tabulā ir atspoguļoti darbaspēku resursi- visi tie darbinieki, kuri pildīs noteiktu lomu projekta īstenošanas laikā.

6.1.tabula

SIA „YourWay” dibināšanai nepieciešamie darbaspēka resursi⁹⁰

| Nr. | Darbaspēku resursi |
|-----|--|
| 1. | Projekta īpašnieks (Valdes priekšsēdētājs) |
| 2. | Projekta vadītājs (Valdes loceklis) |
| 3. | Būvdarbu un remontdarbu komanda |
| 4. | Piegādātāju firma (iesaistīti būvniecības procesā) |
| 5. | Reklāmas aģentūra |
| 6. | Dizaineru komanda |

Atbildīgo nozīmēšana un personāla sadale pa aktivitātēm, kas ir nepieciešami projekta īstenošanas laikā ir atspoguļota 6.2.tabulā. Kā arī, šajā tabulā ir norādītas finanses, kādus Valdei jānodrošina noteiktam projekta etapam.

Apzīmējumi tabulai ir sekojoši:

R – atbild; **A** – apstiprina; **S** – atbalsta; **C** – kontrolē.

PI- Projekta īpašnieks;

PV- Projekta vadītājs;

N- Nauda (cenas ir norādītas ar PVN);

B- Būvdarbu un remontdarbu komanda;

P- Piegādātāju firma;

R- Reklāmas aģentūra;

D- Dizaineru komanda

⁹⁰ Autora izveidots

Personāla sadale par aktivitātēm⁹¹

| Nr. | Aktivitātes nosaukums | PI | PV | N/LVL | B | P | R | D |
|-----|--|----|----|--------------|---|---|---|---|
| 1. | Uzņēmuma reģistrācija | | | 190,- | | | | |
| 2. | Dibināšanas līguma izstrāde | S | R | | | | | |
| 3. | Statūtu izstrāde | R | S | | | | | |
| 4. | Sabiedrības pamatkapitāla iemaksāšana | R | A | | | | | |
| 5. | Dokumentu sagatavošana reģistrācijai Uzņēmumu Reģistrā | | R | | | | | |
| 6. | Reģistrācija Uzņēmumu Reģistrā | R | S | | | | | |
| 7. | Valsts nodevas samaksa | | R | 100,- | | | | |
| 8. | Publikācija "Latvijas Vēstnesis" avīzē | | R | 24,- | | | | |
| 9. | Konta atvēršana bankā | R | | 5,- | | | | |
| 10. | Reģistrācija Valsts ieņēmumu dienestā PVN maksātāju reģistrā | R | | 25,- | | | | |
| 11. | Paraksta paraugu apstiprināšana pie notāra | R | A | 6,- | | | | |
| 12. | Citu dibināšanas dokumentu sagatavošana | R | A | 30,- | | | | |
| 13. | Projekta komandas veidošana | | | 0,- | | | | |
| 14. | Projekta īpašnieka noteikšana | R | A | | | | | |
| 15. | Projekta vadītāja noteikšana | R | A | | | | | |
| 16. | Projekta komandas noteikšana | A | R | | | | | |
| 17. | Nepieciešamā pieaicinātā darbaspēka noteikšana | A | R | | | | | |
| 18. | Finansēšanas iespēju noteikšana | | | 75,- | | | | |
| 19. | Nepieciešamā finansēšanas apjoma izvērtēšana un noteikšana | R | A | | | | | |
| 20. | Esošā finanšu kapitāla analīze | R | | | | | | |
| 21. | Esošā finanšu kapitāla izvērtēšana | R | A | | | | | |
| 22. | Uzņēmuma finansējuma organizēšanas formas izvēle | R | | | | | | |
| 23. | Iespējamo finansējumu veidu trūkumu un priekšrocību analīze | C | R | | | | | |
| 24. | Finansēšanas veida izvēle | | | | | | | |
| 25. | Iekšējā finansēšana (pašu līdzekļi) | R | | | | | | |
| 26. | Ārējā finansēšana (piesaistītie līdzekļi) | | | | | | | |

⁹¹ Autora izveidots

| | | | | | | | | |
|------------|---|-----------|-----------|----------------|----------|----------|----------|----------|
| 27. | Aizņēmuma summas noteikšana | | R | | | | | |
| 28. | Aizņēmēju izvēle | R | A | | | | | |
| 29. | Dokumentu iesniegšana izskatīšanai kredītiestādē un lēmuma gaidīšana | R | | | | | | |
| Nr. | Aktivitātes nosaukums | PI | PV | N | B | P | R | D |
| 30. | Līguma parakstīšana | R | S | 75,- | | | | |
| 31. | Aizdevuma saņemšana | R | S | | | | | |
| 32. | Aizņemtā kapitāla sadalījuma prognozes | | R | | | | | |
| 33. | Aizņemtā kapitāla atmaksas prognozes (grafika izskatīšana) | R | | | | | | |
| 34. | Aizņemtā kapitāla risku noteikšana | | R | | | | | |
| 35. | Sadarbības partneru izvēle | | | 0,- | | | | |
| 36. | Nepieciešamo sadarbības partneru noteikšana | R | | | | | | |
| 37. | Sadarbības partneru meklēšanas process | | R | | | | | |
| 38. | Saziņa un līgumu noformēšana ar sadarbības partneriem | R | | | | | | |
| 39. | Vides analīze uzņēmuma dibināšanai | | | 0,- | | | | |
| 40. | Noieta tirgus analīze | | R | | | | | |
| 41. | Transporta iespēju analīze | | R | | | | | |
| 42. | Izejvielu un materiālu iegādes vietas tuvuma analīze | | R | | | | | |
| 43. | Darbspēka nodrošinājuma iespējas analīze | R | | | | | | |
| 44. | Nekustamā īpašuma nomāšanas iespēju analīze | R | C | | | | | |
| 45. | Infrastruktūras un komunikācijas iespēju analīze | C | R | | | | | |
| 46. | Uzņēmuma dibināšanas vietas izvēle | | | 7 814,- | | | | |
| 47. | Valsts/Pilsētas/Rajona izvēle | A | R | | | | | |
| 48. | Telpas meklēšanas un izvērtēšanas pasākumi | | R | | | | | |
| 49. | Tikšanās ar izvēlētas telpas nomnieku | | R | | | | | |
| 50. | Izvēlētas telpas īres noformēšana un samaksa (+komunālie maks.par 5 mēn.) | | R | 7319,- | | | | |
| 51. | Biroja telpas vietas izvēle | R | | | | | | |
| 52. | Tikšanās ar biroja telpas nomnieku | R | | | | | | |
| 53. | Biroja telpas īres noformēšana un samaksa (par 5 mēn.) | R | | 495,- | | | | |

| | | | | | | | | |
|------------|--|-----------|-----------|------------------|----------|----------|----------|----------|
| 54. | Personāla atlases process | | | 2,- | | | | |
| 55. | Nepieciešamā personāla noteikšana | A | R | | | | | |
| 56. | Atlases kritēriju noteikšana | | R | | | | | |
| 57. | Sludinājumu izvietošana sociālos tīklos | | R | 2,- | | | | |
| 58. | Atlases grafika sastādīšana | R | | | | | | |
| Nr. | Aktivitātes nosaukums | PI | PV | N | B | P | R | D |
| 59. | Potenciālo darbinieku intervēšana | | R | | | | | |
| 60. | Darbinieku pieņemšana darbā | R | C | | | | | |
| 61. | Pieņemto darbinieku apmācība | R | | | | | | |
| 62. | Uzņēmuma telpu un biroja telpas noformēšanas darbi | | | 12 204, - | | | | |
| 63. | Nepieciešamo būvniecības un dizaina darbu novērtēšana | | A | | R | | | S |
| 64. | Kopīgā dizaina noteikšana un izstrāde | A | | | S | | | R |
| 65. | Nepieciešamo resursu/ pamatlīdzekļu iegāde | | A | 12 204,- | R | | | C |
| 66. | Nepieciešamo resursu piegāde | | C | | | R | | |
| 67. | Apdares darbu realizēšana | | | | R | | | C;S |
| 68. | Iekārtošanas process | A | R | | | | | S |
| 69. | Piedāvātās produkcijas un pakalpojumu virzīšana tirgū, uzpirkšana | | | 6 498,- | | | | |
| 70. | Piedāvāto pakalpojumu izstrāde | A | R | | | | | |
| 71. | Piedāvātās produkcijas izstrāde, pasūtījums, apmaks | A | R | 5 590,- | | | | |
| 72. | Cenu noteikšana | | | | | | | |
| 73. | Faktoru, kas ietekmē cenu noteikšanu, analīze | R | C | | | | | |
| 74. | Cenu noteikšanas metodes izvēle | A | R | | | | | |
| 75. | Konkurentu cenu analīze un salīdzinājums | R | | | | | | |
| 76. | Piedāvātās preces un pakalpojumu cenrāža sastādīšana, cita mazvērtīgā inventāra iegāde | R | C | 61,- | | | | |
| 77. | Nosaukuma un markas piešķiršana | | | | | | | |
| 78. | Nosaukuma izstrāde | A | R | | | | | S |
| 79. | Logotipa izstrāde | A | R | | | | | S |
| 80. | Logotipa ražošanas darbi | C | | 605,- | | | | R |

| | | | | | | | | |
|------------|--|-----------|-----------|----------------|----------|----------|----------|----------|
| 81. | Interneta mājas lapas izstrāde | | C | | | | | R |
| 82. | Interneta mājas lapas realizēšana | | | 242,- | | | | R |
| 83. | Konkurences analīze | | | 0,- | | | | |
| 84. | Uzņēmuma tiešo un netiešo konkurentu atklāšana | R | | | | | | |
| 85. | Konkurences vides noteikšana | R | | | | | | |
| 86. | Uzņēmuma konkurētspējas novērtējums | R | S | | | | | |
| 87. | Uzņēmuma konkurētspējas + un - noteikšana | R | | | | | | |
| Nr. | Aktivitātes nosaukums | PI | PV | N | B | P | R | D |
| 88. | Produkcijas un pakalpojumu reklāmas pasākumi | | | 1 816,- | | | | |
| 89. | Reklāmas kampaņas izstrādāšana | R | C | | | | | |
| 90. | Reklāmas mērķa auditorijas noteikšana | | C | | | | R | |
| 91. | Reklāmas izmaksu plānošana | | R | | | | A | |
| 92. | Reklāmas veida izvēle | R | | | | | A | |
| 93. | Reklāmas teksta un izskata izstrāde | | A | | | | R | |
| 94. | Reklāmas mediju izvēle un līguma noformēšana | R | | | | | A | |
| 95. | Izvēlētās reklāmas pasākumu kopums un tā palaišana | | | 1 816,- | | | R | |
| 96. | Darba uzsākšanas process | | | 0,- | | | | |
| 97. | Veikala darba grafika noteikšana | A | R | | | | | |
| 98. | Pirmās darba dienas noteikšana | R | | | | | | |
| 99. | Personāla sagatavošanas pakāpes pārbaude | S | R | | | | | |
| 100. | Sagatavošanas darbi restorāna atvēršanai | R | C | | | | | |
| 101. | Veikala durvju pirmreizējās atvēršanas ceremonija | R | C | | | | | |
| 102. | Svinīgā pasākuma organizēšana darbiniekiem par godu atvēršanai | R | A | | | | | |

Projekta īstenošanai ir nepieciešami naudas resursi. Kopumā projektam būs nepieciešams sekojošs budžets- 28 599,- LVL (ar PVN):

- Uzņēmuma reģistrācija: 190,- LVL
- Projekta komandas veidošana: 0,- LVL
- Finansēšanas iespēju noteikšana: 75,- LVL
- Sadarbības partneru izvēle: 0,- LVL
- Vides analīze uzņēmuma dibināšana: 0,- LVL
- Uzņēmuma dibināšanas vietas izvēle: 7814,- LVL
- Personāla atlases process: 2,- LVL
- Uzņēmuma telpu un biroja telpas noformēšanas darbi: 12 204,- LVL
- Piedāvātās produkcijas un pakalpojumu virzīšana tirgū: 6 498,- LVL
- Konkurences analīze: 0,- LVL
- Produkcijas un pakalpojumu reklāmas pasākumi: 1816,- LVL
- Darba uzsākšanas process: 0,- LVL

Lai sekmīgi varētu īstenot projektu, ir nepieciešami materiālie resursi, kas tiks izmantoti remontdarbos, dizaina un apdares darbos, kā arī ilgstošā lietošanā uzņēmuma darbības laikā - tehnika, mēbeles, aprīkojums, kuras ir aprakstītas šī darba 2.3. apakšnodaļā.

6.3. Projektu ietekme uz apkārtējo vidi

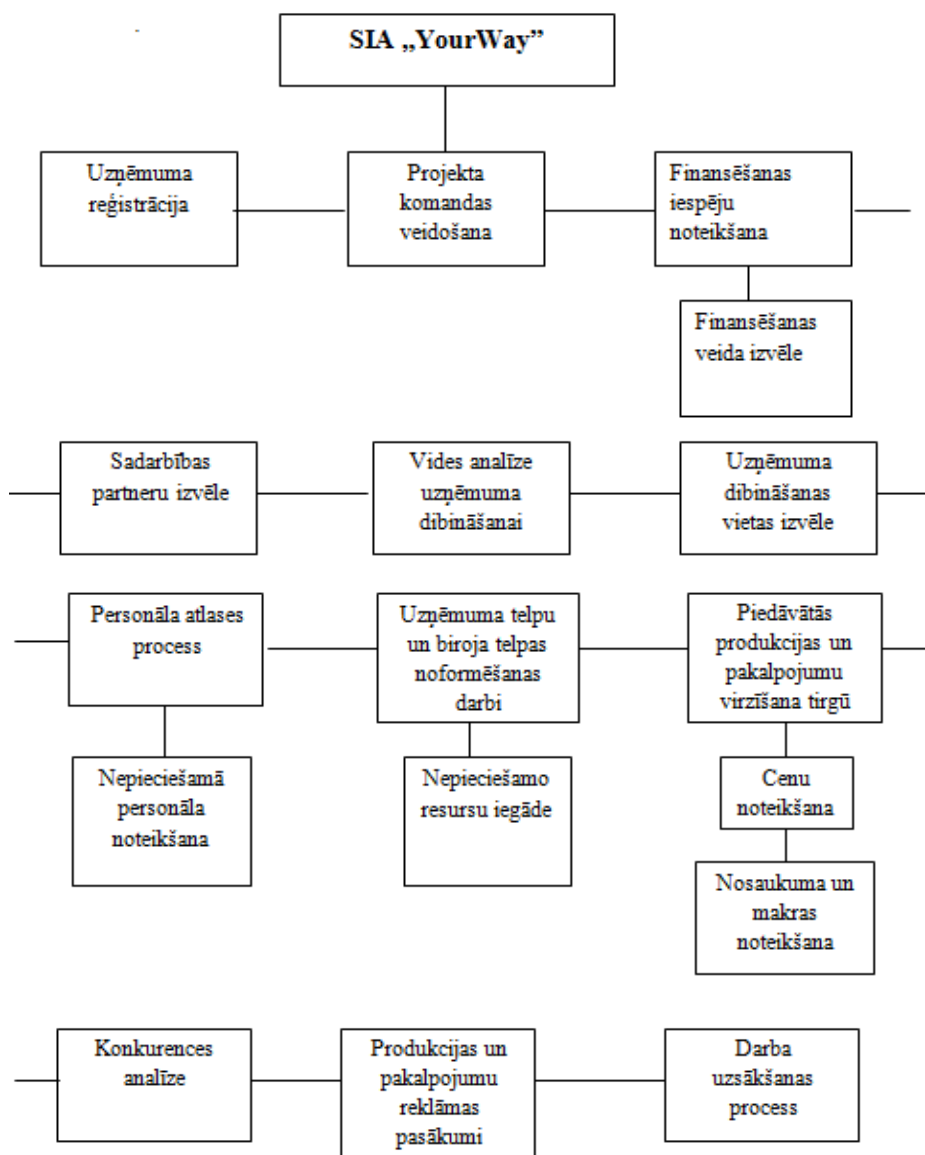
Restorānam „YourWay” ir noteikta koncepcija – gan klientiem, gan restorāna darbiniekiem ir aizliegts smēķēt restorāna telpās, kā arī 10 m attālumā un terasē. Uzņēmuma dzērienu starpā nebūs piedāvāti alkoholiskie dzērieni un cigaretes.

Turklāt, uzņēmums darbosies gan projekta īstenošanas gaitā, gan darbības gaitā, saskaņā ar visiem paredzētiem Latvijas Republikas un ES noteikumiem un normām, kas attiecās uz uzņēmuma darbības sfēru.

Projekta laikā tiks izmantoti visi nepieciešamie materiāli tikai tik daudz, cik tas ir nepieciešams projekta realizēšanai un ir aprakstīts projekta īstenošanas plānā, un ne vairāk. Līdz ar to, projektā iesaistītās personas visa projekta īstenošanas gaitā sekos līdzi apkārtējās vides stāvoklim- nepieļaus tās piesārņojumu, bojājumus, darbaspēka pārstrādāšanu, negatīvu ietekmi uz apkārtējiem iedzīvotājiem un objektiem (citu iestāžu darbiniekiem, kas ir blakus projekta telpām).

6.4. Projekta īstenošanas secība, posmi

Lai dibinātu uzņēmumu, tika izstrādāts projekts, kura īstenošanas laikā tika izpildīti kontrolējamie pamat posmi, kas ir atspoguļoti 6.1.attēlā.



6.1. att., SIA „YourWay” dibināšanas posmi- struktūrplāns⁹²

6.4.tabulā ir norādīts gan dienu skaits, kurā būs realizējams noteiktais pamat posms, kā arī laika periods (datumi).

⁹² Autora izveidots

SIA „YourWay” projekta galvenie posmi⁹³

| Posma nosaukums | Dienu skaits | Laika periods |
|--|---------------|----------------------------|
| Uzņēmuma reģistrācija | 6 | 01.05.13.-07.05.13. |
| Projekta komandas veidošana | 1 | 07.05.13.-08.05.13. |
| Finansēšanas iespēju noteikšana | 6 | 08.05.13.-14.05.13. |
| Sadarbības partneru izvēle | 3 | 14.05.13.-17.05.13. |
| Vides analīze uzņēmuma dibināšanai | 3 | 17.05.13.-21.05.13. |
| Uzņēmuma dibināšanas vietas izvēle | 5 | 21.05.13.-27.05.13. |
| Personāla atlases process | 7,14 | 27.05.13.-05.06.13. |
| Uzņēmuma telpu un biroja telpas noformēšanas darbi | 43 | 05.06.13.-05.08.13. |
| Piedāvātās produkcijas un pakalpojumu virzīšana tirgū | 27,35 | 05.08.13.-12.09.13. |
| Konkurences analīze | 1 | 12.09.13.-12.09.13. |
| Produkcijas un pakalpojumu reklāmas pasākumi | 12,13 | 12.09.13.-30.09.13. |
| Darba uzsākšanas process | 1 | 30.09.13.-01.10.13. |
| KOPĀ DIENAS: | 115,62 | 01.05.13.-01.10.13. |

Projekts ir sadalīts divpadsmit pamat posmos, kā arī apakš posmos un aktivitātēs. Kopējais aktivitāšu skaits ir 102. Projekts tiks uzsākts 2013. gada 1. maijā un tiks pabeigts 2013. gada 1. oktobrī. Kopējais īstenošanas laiks ir 115,62 dienas.

Katras fāzes beigās ir robežstabs (kontroles punkts). Noteiktajos robežstabos projekta vadība veidos atskaites (apkopojumu), un tiks pieņemti lēmumi par novirzēm. Pamatojoties uz struktūrplānu, ir izveidots Ganta grafiks, kas noformēts Pielikumā Nr.1. Pēc Ganta grafika var secināt, ka projekta izvēlētā plānošanas metodoloģija ir pēc agrās laika plānošanas, jo to īstenošana ir atkarīga no sākuma plānošanas, situācijas, pieejamajām finansēm.

⁹³ Autora izveidots

7. PROJEKTA FINANŠU PLĀNS

7.1. Pieņēmumi, uz kuriem balstīta finanšu prognoze

Restorāna „YourWay” projekts tiks uzsākts 2013. gada 1.maijā un pabeigts 2013. gada 1.oktobrī. Ar 1.oktobri restorāns sāks darboties.

Lai varētu precīzi saplānot restorāna „YourWay” finanses, tiks sagatavoti sekojošie finanšu pārskati par pirmajiem 3 restorāna darbības gadiem: 2013. (no maija), 2014. un 2015.g.:

- uzņēmuma ieņēmumu plāns;
- peļņas un zaudējumu aprēķins;
- uzņēmuma naudas plūsmas pārskats;
- uzņēmuma bilance;
- projekta atmaksāšanas laiki.

Uzņēmums izmantos divus finansējumu veidus: pašu līdzekļi (2 000 LVL- tiks apmaksāts pilnā apmērā uzreiz ar uzņēmuma reģistrācijas pieteikuma iesniegšanu, reģistrācijas procesa izmaksas: 190.00 LVL). Tā kā ar pašu līdzekļiem uzņēmums nevarēs pilnvērtīgi sākt darboties, tiks paņemts bankas aizdevums (27 000 LVL). Bankas aizdevums tiks piešķirts uz 8 gadiem, ar fiksēto procentu likmi: 6% / gadā (aizdevuma saņemšanas izmaksas: 75.00 LVL, atmaksa notiks pēc anuitātes grafika). Tiek pieņemts, ka aizdevuma % likme būs nemainīga 3 gadu laikā.

Tiek plānots, ka 2013. gada pirmajos trīs mēnešos apmeklētājiem būs iepazīšanās laiks ar uzņēmumu un klientu plūsma būs mērena šajā periodā. 2014. gada laikā apgrozījums palielināsies par aptuveni 15% vasaras mēnešos, un citos mēnešos apgrozījums palielināsies par dažiem procentiem (zem 5%), bet visa perioda laikā būs līdzīgs (ne siltajos mēnešos). 2015. gadā ir plānots apgrozījuma palielinājums vēl par 15% siltajos mēnešos un par 5-10% citos mēnešos. Izskatot apgrozījumu pa mēnešiem, tiek plānots, ka janvārī, februārī, martā un aprīlī, oktobrī, novembrī un decembrī apgrozījums būs mazāks nekā vasaras mēnešos, kā arī maijā un septembrī, jo saldējuma pakalpojumi tiks izmantoti vairāk siltajā laikā. Pārējos mēnešos tiks aktīvi izmantoti citi restorāna pakalpojumi, tāpēc apgrozījums nebūs krāsi mazāks.

Pamatojoties uz Latvijas valsts valdības paziņojumiem par nodokļu nemainīgām procentu likmēm, aprēķinos tika pieņemts, ka nodokļu likmes visu 3 gadu laikā paliks nemainīgas: pievienotās vērtības nodoklis (21,0%), uzņēmuma ienākuma nodoklis (15,0%), valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas (24,09%) likmes un riska nodeva.

Aprēķinos ir pieņemts, ka visas pasūtītās produkcijas cenas netiks mainītas 3 gadu laikā, kā arī aprēķini tiks veikti LVL valūtā, līdz ar to, netiks ņemti vērā valūtu kursu svārstības un inflācija.

Uzņēmuma nomāto telpu izmaksas mēnesī, komunālo maksājumu tarifi, izmaksu aprēķins ir atspoguļoti šī darba 2.3.nodaļā (2.1. un 2.2. tabulas). Aprēķinos tiek pieņemts, ka līgumi ar komunālo pakalpojumu sniedzējiem (kā arī līgums ar īrniekiem) tiks noslēgti uz 3 gadiem par nemainīgiem tarifiem un mēneša maksām, un maksāts tiks tekošajā mēnesī par pagājušo periodu (tāpat arī darba algām un izmaksām, saistītām ar algām). Izstrādājot uzņēmuma projektu, tika noteikts, ka komunālos pakalpojumus uzņēmums sāks izmantot no 01.06.2013. 2013. gada 7 mēnešos komunālo pakalpojumu patēriņš nebūs mazāks nekā klientu apkalpošanas laikā, jo laika periodā: 01.05.-01.10. visi komunālie pakalpojumi tiks izmantoti būvniecības un dizaina darbos.

Īres maksa arī tiks veikta sākot ar 01.06.13., par 2013. gadu tā sastāda: 9198 LVL (bez PVN: 7266 LVL), 2014.g.: 15768 LVL (bez PVN: 12 457 LVL), 2015.g.: 15768 LVL (bez PVN: 12 457 LVL).

Pirms restorāna darba uzsākšanas tiks uzpirkti pamatlīdzekļi uz kopējo summu: 10085.95 LVL (ar PVN: 12204 LVL), to detalizēts apraksts ir norādīts šī darba 2.3.nodaļā, 2.3.tabulā.

Reklāmas pasākumu izmaksas ir 1501 LVL katru gadu, pirmajā gadā papildus tiks samaksāts par logotipa un mājas lapas izstrādi (+500 LVL un 200 LVL), 2014. un 2015. gados katru maiju un oktobri tiks iztērēti pa 750 LVL reklāmas pasākumiem (summas bez PVN).

Kā arī tiks iegādātas izejvielas un materiāli. To pirmā iegāde notiks projekta īstenošanas laikā: kopējā sākotnējā izejvielu un materiālu iegādes summa ir 4620 LVL, kā arī tiks uzpirktas kancelejas preces: pirmajā gadā uz 50 LVL (uz 3 mēnešiem), un vēlāk par 100 LVL katrā gadā (bez PVN).

Produkcijas un pakalpojumu cenas klientiem ir norādītas šī darba 4.nodaļā (4.1. un 4.2. tabulas). Izejvielu pašizmaksu vidējais aprēķins mēnesī ir parādīts 7.1.tabulā.

7.1.tabula

SIA „YourWay” izejvielu un materiālu vidējais pašizmaksas, bez PVN⁹⁴

| Izejvielu/materiālu nosaukums | Vidējais patēriņš gadā | Cena par 1 vienību | Vidējais patēriņš mēn. | 1 mēnesis, LVL |
|---|------------------------|--|-------------------------------|-------------------|
| Saldējums (t.sk. saldējuma izstrādājumi) | 6000 litri | 5 litru iepak.= 5.00 LVL | 500 litri | 500 LVL |
| Piens | 2160 l | 1 l= 0.50 LVL | 360 l | 180 LVL |
| Tēja/Kafija | 7 kg/ 480 kg | 1 kg tējas=6 LVL 1 kg kafijas=6 LVL | 533 gr- tēja, 40 kg-kafija | 9 LVL; 720 LVL |
| Minerālūdens+gāzētie dzērieni | 432 l | 1 l=0.50 LVL | 36 l | 54 LVL |
| Dārzeņi/Augļi | 1000 kg | 1 kg (vidējā cena)= 1 LVL | 83 kg | 249 LVL |
| Piedevas | 1000 kg | 1 kg=1 LVL | 83 kg | 249 LVL |
| Garšvielas | 70 kg | 1 kg (vidējā cena)= 1 LVL | 5.83 kg | 17.5 LVL |
| Kūkas/maizītes | 1800 gab. | 1 gab. (vidējā cena)= 0.75 LVL | 150 gab. | 112.50 LVL |
| Galda rotājumu inventārs+ Dekori | dažādi | dažādi | dažādi | 200 LVL |
| Iepakojumu materiāls | 180 gab. | 1 gab=0.1 LVL | 15 gab. | 4.50 LVL |
| Personāla forma | 10 gab. | 1 gab.= 5 LVL | - | 25 LVL |
| Mantijas | 80 gab. | 1 gab=5 LVL | - | 400 LVL |
| Mazvērtīgs inventārs (pildspalvas, papīrs, mapes un salvetes) | dažādi | dažādi | dažādi | 50 LVL |
| KOPĀ: | | | | 2077.5 LVL |

⁹⁴ Autora izveidots

Tika pieņemts vidējais aptuvenais patēriņš mēnesī katrai no izejvielām. Šī summa katru mēnesi atšķiras, atkarībā no apgrozījuma summas: ģīpašnieki iegādāsies izejvielas par 25% vairāk no neto apgrozījuma mēnesī.

7.2. Uzņēmuma ieņēmumu plāns

Autors prognozē, ka vidēji dienā ieņēmumi no viena apmeklējuma 2013. gada pirmajos trīs mēnešos būs 6.00 LVL (ar PVN) par vienu rēķinu no viena klienta. Klientu plūsma būs mērena, jo apmeklētāji tikai iepazīsies ar uzņēmuma pakalpojumiem (ap 1600 klientu/ mēn.). Tiek plānots, ka pirmajos trīs darbības mēnešos klienti neveiks galdiņu rezervāciju svētku svinēšanai un produkcijas pasūtījumu skaits būs minimāls. Pamatojoties uz šiem nosacījumiem, tika sastādīts ieņēmumu plāns uz 2013.gada oktobri, novembri un decembri.

7.2.tabula

SIA „YourWay” prognozējamais ieņēmumu plāns 2013. gada trim darbības mēnešiem, LVL⁹⁵

| | oktobris | novembris | decembris | KOPĀ: |
|---|----------|-----------|-----------|--------------|
| Ieņēmumi no pārdošanas (saldējums, restorāna deserti un dzērieni) | 9875,17 | 9482,46 | 9532,39 | 28890 |
| PVN | 2074 | 1991 | 2002 | 6067 |
| Kopā ar PVN | 11949 | 11474 | 11534 | 34957 |

7.2.tabulā ir redzams, ka 2013.gada laikā kopējie iegūtie ieņēmumi no pārdošanas ir plānoti kopsummā: 28 890,00 LVL, bez PVN kopā. Tiks pārdoti saldējuma pakalpojumi un restorāna ēdiens.

Tiek pieņemts, ka 2014.g. janvārī-aprīlī pieprasījums pēc produkcijas būs līdzīgs, jo šajos mēnešos retāk brauc ārzemju tūristi, kā arī, šajos mēnešos iedzīvotājiem palielinās izdevumu skaits (svētku mēneši, ziema). Tuvāk vasarai un līdz oktobrim, klientu plūsma palielināsies par, aptuveni, 15%, tā būs pirmā uzņēmuma vasara, kad restorānu apmeklēs

⁹⁵ Autora izveidots

liels tūristu skaits, kā arī vietējie iedzīvotāji. Plānotais viena klienta patēriņš restorānā „YourWay” krāsi nemainīsies, papildus tiks jau izmantoti pasūtījuma pakalpojumi, bet ieņēmumi pieaugs tieši klientu plūsmas dēļ (plānotā: virs 1800 cilv. / mēn.). 2014. gada beigās plūsma mazliet samazināsies (samazināsies tūristu skaits). Ir plānots, ka jau no 2014.gada klienti sāks aktīvi izmantot svētku svinēšanas pakalpojumus restorānā: restorāna atmosfēra patīks vecākiem ar bērniem, līdz ar to radīsies vēlme nosvinēt bērnu pasākumus. Šis pakalpojums ir ļoti izdevīgs restorānam, kas būtiski arī palielina apgrozījumu un vienlaicīgi īpaši neietekmē uz izejvielu izlietojumu un iegādi, jo šīm pakalpojumam tiek tērētas minimālās izejvielas, bet cenas no klientiem ir pieprasītas diezgan augstas (skat. 4. nodaļas 4.2. tabulu).

2015.gadā autors paredz, ka vēl palielināsies klientu plūsma (aptuveni līdz 2500 cilv. / mēn. vasaras sezonā un maijā-septembrī), kas arī palielinās apgrozījumu.

Līdz ar to, apgrozījums par 2014. gadu sastādīs 123 217 LVL, un 2015. gadā: 160 766 LVL, bez PVN. Detalizēts ieņēmumu plāna izraksts pa mēnešiem šiem gadiem ir atspoguļots Pielikumā nr. 2.

7.3. Peļņas un zaudējumu aprēķins

Tālāk tika apskatīts restorāna peļņas un zaudējumu plāns uz trim gadiem. Pēc 7.3.tabulā redzamā, var secināt, ka pirmajā restorāna darbības gadā uzņēmums strādās ar zaudējumiem, jo būs lielas izmaksas, kas pārsniegs plānoto apgrozījumu. 2014. un 2015. gadā uzņēmums attīstīsies veiksmīgāk un gūs peļņu. Peļņas un zaudējumu plānu katram gadam pa mēnešiem ir iespējams apskatīties Pielikumā nr. 3.

SIA „YourWay” peļņas un zaudējumu plāns, 2013.g. (no 01.05.) - 2015.g., LVL⁹⁶

| <i>Peļņas vai zaudējumu plāns</i> | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| | KOPĀ | KOPĀ | KOPĀ |
| Neto apgrozījums | 28890 | 123217 | 160766 |
| Izejvielu un materiālu izlietojums | 11247 | 30760 | 40051 |
| Ūdens izmaksas | 257 | 467 | 470 |
| Elektroenerģijas izmaksas | 1374 | 2255 | 2287 |
| Apsardzes pakalpojumi | 62 | 123 | 123 |
| Sakaru izmaksas | 118 | 340 | 379 |
| Nomas maksas | 7266 | 12457 | 12457 |
| Valsts nodevas, publikācija LV(+citi izdev.,saist.ar reģ.) | 190 | 0 | 0 |
| Aizdevuma noformēšanas komisijas, citas komisijas | 77 | 0 | 0 |
| Pamatlīdzekļu un nemater. ieg. nolietojums | 1193 | 2387 | 2387 |
| Darba algas | 11028 | 44112 | 44112 |
| VSAOI | 2657 | 10627 | 10627 |
| Riska nodeva | 7 | 27 | 27 |
| Reklāmas izmaksas | 2201 | 1500 | 1500 |
| Kancelejas izdevumi un mazvērtīgā inventāra iegāde | 50 | 100 | 100 |
| Procentu maksājumi | 928 | 1493 | 1362 |
| Peļņa pirms UIN | -9765 | 16570 | 44886 |
| Uzņēmumu ienākuma nodoklis | | 649 | 9556 |
| Tīrā peļņa | -9765 | 15921 | 35330 |

Paskaidrojums: 2013. gadā P/Z plāns tika izrēķināts par 8 mēnešiem, sākot ar maiju, kad tika izstrādāts projekts restorāna darbības uzsākšanai. Neto apgrozījumi ir ņemti no šī darba 7.2. tabulas 2013. gadam un no Pielikuma nr. 2 datiem, kas tika sastādīti pēc autora prognozēm. Izejvielu un materiālu izlietojuma pamatam tika ņemti vidējie dati no šī darba 7.1.tabulas, kā arī, ņemot vērā to, ka līdzīgu apgrozījuma palielinājumam vai samazinājumam katru mēnesi tika palielināta vai samazināta to iegādes summa par 25% no mēneša apgrozījuma.

Komunālo pakalpojumu un nomas maksas izmaksas ir atrunātas šī darba 2.3.nodaļā (2.1. un 2.2. tabulas). Pamatlīdzekļu nolietojuma aprēķins katram gadam pa mēnešiem (tiek pieņemts, ka iekāršu lietderīgās lietošanas laiks ir 5 gadi, datortehnikai un mēbelēm: 4 gadi, pārējiem pamatlīdzekļiem: 3 gadi, par PL tiek uzskatīti ilgtermiņa ieguldījumi, ar kalpošanas laiku virs 1 gada, un tie līdzekļi, kuru izmaksa ir lielāka par 50 LVL), kā arī darba algas izmaksas ir Pielikumā nr. 4 un nr. 5. Kredīta dzēšanas grafiks un procenti pa mēnešiem ir parādīti šī darba 7.7. nodaļā. Kā arī, līdz ar peļņas gūšanu 2014. un 2015. gadā, tiks apmaksāts UIN: 649 LVL un 9556 LVL, aprēķins parādīts Pielikumā nr. 6.

⁹⁶ Autora izveidots

7.4. Uzņēmuma naudas plūsmas pārskats

Kā nākamais, tiks izrēķināts restorāna naudas plūsmas pārskats trim gadiem. Naudas plūsmas pārskats palīdz novērtēt, kā noteiktajā perioda laikā uzņēmuma darījumi ietekmēja naudas plūsmu, kādi bija aizdevumu maksājumi, citi izdevumi un ieņēmumi no darbības.

Naudas plūsmas pārskats 2013. gadam tiks parādīts pa mēnešiem, sākot ar projekta izstrādes laika: no maija un katram nākošam gadam Pielikumā nr. 7.

7.4.tabula

SIA „YourWay” naudas plūsmas pārskats, 2013.g.(no maija)-2015.g., LVL⁹⁷

| Periods | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|--------------|---------------|---------------|
| Sākuma atlikums | 2000 | 14464 | 30596 |
| Naudas ieņēmumi | | | |
| Ieņēmumi no pārdošanas (tūlītēja samaksa) | 28890 | 123217 | 160766 |
| PVN | 6067 | 25876 | 33761 |
| Īstermiņa aizņēmumi | 0 | | |
| Aizņēmums no bankas A | 27000 | | |
| Kopā naudas ieņēmumi | 61957 | 149093 | 194527 |
| Naudas izdevumi | | | |
| Valsts nodevas, publikācija LV(+citi izdev.,saist.ar reģ.) | 190 | | |
| Aizdevuma noformēšanas komisijas, citas komisijas | 77 | | |
| Darba algas | 7352 | 44112 | 44112 |
| VSAOI | 1771 | 10627 | 10627 |
| Riska nodeva | 5 | 27 | 27 |
| Aizņēmuma pamatsumma | 1171 | 2105 | 2234 |
| Aizņēmuma procenti | 928 | 1493 | 1363 |
| Pamatlīdzekļu iegāde | 10086 | | |
| Izejvielu un materiālu iegāde (tūlītēja samaksa) | 11842 | 30804 | 40051 |
| Ūdens izmaksas | 221 | 468 | 466 |
| Elektroenerģijas izmaksas | 1158 | 2290 | 2287 |
| Apsardzes pakalpojumi | 52 | 123 | 123 |
| Sakaru izmaksas | 95 | 332 | 379 |
| Nomas maksas | 6228 | 12457 | 12457 |
| Reklāmas izmaksas | 2201 | 1500 | 1500 |
| Kancelejas izdevumi un mazvērt. invent. iegāde | 50 | 100 | 100 |
| UIN | | 649 | 9556 |
| PVN valsts budžetā | 5398 | 7480 | 9430 |
| Samaksātais PVN | 669 | 18396 | 24331 |
| Naudas izdevumi kopā | 49493 | 132961 | 159042 |
| Neto naudas plūsma | 12464 | 16132 | 35485 |
| Beigu atlikums | 14464 | 30596 | 66081 |

⁹⁷ Autora izveidots

Kā ir redzams 7.4.tabulā, visu trīs gadu laikā uz perioda beigām ir novērojams pozitīvs beigu atlikums, kas pieaug ar katru gadu. Tas dod iespēju uzņēmumam attīstīties arī nākotnē: iegādāties papildus līdzekļus, veikt krājumus un attīstīt darbību.

Paskaidrojums: sākuma atlikumā ir norādīts uzņēmuma pamatkapitāls: 2 000 LVL, un pie aizņēmuma posteņa ir parādīts bankas aizdevums uzņēmumam. Ieņēmumi no pārdošanas ir apskatāmi Peļņas un zaudējumu plānā (neto apgrozījums) vai Pielikumā nr.2. Visi komunālie, īres maksājumi, kā arī visas izmaksas, saistītas ar darba algām tiek izmaksātas tekošajā mēneša beigās par iepriekšējo mēnesi. Visas summas ir norādītas bez PVN.

7.5. Uzņēmuma bilance par 3 gadiem

Balstoties uz visiem augstāk minētajiem aprēķiniem, tika aprēķināta un sastādīta katra gada bilance. Tā ir atspoguļota zemāk, 7.5.tabulā.

Bilancē tiek ņemti vērā visi galvenie posteņi un summas.

Bilancē ir atspoguļots restorāna pamatkapitāls, aizdevuma pamatsumma, kas pakāpeniski samazinās ar katru gadu (ilgtermiņa saistības), īstermiņa saistības, kas ir komunālie un īres maksājumi un darba algas izmaksas par iepriekšējā gada pēdējo mēnesi, kā arī pārskata gada nesadalītie zaudējumi 2013.g. beigās un peļņa 2014. un 2015. gados.

Pie aktīvu puses figurē pamatlīdzekļu kopējā summa, atskaitot nolietojumu uz gada beigām, naudas līdzekļu beigu atlikumi, kas ir ņemti no naudas plūsmas pārskata un krājumu summas.

SIA „YourWay” plānotā bilance, 2013.-2015.g., LVL⁹⁸

| | 2013. g. 1. maijs | 2013. g. 31. dec. | 2014.g.31.dec. | 2015.g.31.dec. |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|----------------|----------------|
| <i>Aktīvi</i> | | | | |
| Ilgtermiņa ieguldījumi | 0 | 8893 | 6506 | 4120 |
| Nemateriālie ieguldījumi | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pamatlīdzekļi | 0 | 8893 | 6506 | 4120 |
| Apgrozāmie līdzekļi | 2000 | 15060 | 31235 | 66861 |
| Krājumi | 0 | 596 | 640 | 781 |
| Debitori | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Naudas līdzekļi | 2000 | 14464 | 30596 | 66081 |
| Bilance | 2000 | 23952 | 37742 | 70981 |
| | 2013. g. 1.maijs | 2013. g. 31. dec. | 2014.g.31.dec. | 2015.g.31.dec. |
| <i>Pasīvi</i> | | | | |
| Pašu kapitāls | 2000 | -7765 | 8157 | 43486 |
| Pamatkapitāls | 2000 | 2000 | 2000 | 2000 |
| Iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa | 0 | 0 | -9765 | 6157 |
| Pārskata gada nesadalītā peļņa | 0 | -9765 | 15921 | 35330 |
| Aizņemtālais kapitāls | 0 | 31717 | 29584 | 27494 |
| Ilgtermiņa saistības | 0 | 25829 | 23725 | 21490 |
| Īstermiņa saistības | 0 | 5888 | 5859 | 6004 |
| Bilance | 2000 | 23952 | 37741 | 70981 |

Pēc bilances redzamiem finanšu rezultātiem, autors secināja, ka jau pēc otrā darbības gada (2014.g.) uzņēmums varētu apmaksāt ilgtermiņa aizdevumu, pietiekama naudas līdzekļu atlikuma dēļ vai turpinās maksāt, bet jau piedomājot par esošā restorāna tālāko attīstību vai vēl viena restorāna atvēršanu Latvijā.

7.6. Projekta atmaksāšanas laiki

Projekta atmaksāšanas laiks tiek noteikts kā paredzamais gadu skaits, kas nepieciešams pilnīgai investīciju izmaksu kompensācijai. Tas nozīmē, ka tas ir laiks, kad uzņēmuma īpašnieku ieguldītais kapitāls (t.sk. aizdevums) tiek pilnībā dzēsts ar peļņu: neto naudas ieņēmumiem.⁹⁹

Tomēr investīciju atmaksāšanas periods nav pilnīgs uzticams rādītājs, jo tas ignorē ienākumus, kurus uzņēmums gūst pēc tā laika perioda, kad sākumā aizdevums ir

⁹⁸ Autora izveidots

⁹⁹ Lekciju kursa “Pētnieciskā darba problemātika un metodoloģija” materiāli

atmaksāts. Netiek ņemti vērā uzņēmuma riski un laika faktors, kas ietekmē naudas vērtību. Līdz ar to, autors rēķina atmaksāšanas laiku ar diskontētās naudas plūsmas palīdzību (ar riska likmi 15%). Aprēķins tiek veikts līdz brīdim, kad pie uzkrātās diskontētās naudas plūsmas būs pozitīvs rādītājs.

7.6.tabula

SIA „YourWay” prognozētā uzkrātā diskontētā naudas plūsma¹⁰⁰

| Periods | 2013.g.sāk. | 2013.g. beig. | 2014.g.beig. | 2015.g.beig. |
|---|--------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| Prognozētā naudas plūsma | -29000 | 12464 | 16132 | 35485 |
| Diskontētā naudas plūsma (likme 15%) | -29000 | 10838 | 12221 | 23345 |
| Uzkrātā diskontētā naudas plūsma | -29000 | -18162 | -5941 | + 17404 |

7.6.tabulā ir redzams, ka pozitīva uzkrātā diskontēta naudas plūsma parādās 3. gada laikā.

Tālāk, lai varētu precīzi noteikt gadu skaitu līdz projekta atmaksāšanas laikam, tiek veikts sekojošs aprēķins: $2 + 5941 / 23345 = 2,25$ gadi. Tiek saņemts rezultāts: 2,25 gadu laikā, kurš nosaka termiņu, kurā projekta investīcijas tiks „iesaldētas”, jo reālo peļņu īpašnieki varēs gūt tikai pēc atmaksāšanas laika.

7.7. Kredīta dzēšanas grafiks

Uzņēmums plāno paņemt aizdevumu bankā, kopējā summa ir: 27 000 LVL, ar atmaksas termiņu uz 8 gadiem, ar fiksētu procentu likmi: 6% gadā, pie nosacījuma, ka uzņēmums nodrošinās īpašumu ķīlai. Par ķīlu kalpo viena no īpašnieku māja. Kredīts tika noformēts projekta īstenošanas laikā (08.05.-14.05.), bet uzņēmums sāks atmaksu ar 2013. gada jūniju. Kredīta atmaksas grafiks uz laika periodu: 01.06.2013.-31.12.2015. ir parādīts 7.7. tabulā.

¹⁰⁰ Autora izveidots pēc lekciju kursa “Pētnieciskā darba problemātika un metodoloģija” materiāliem

SIA „YourWay” aizdevuma dzēšanas grafiks, 01.06.2013.-31.12.2015.¹⁰¹

| <i>Kredīta atmaksas grafiks</i> | | 2013 | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | | | | |
| Pamatsummas atlikums per.sāk. | | 27000 | 26835 | 26670 | 26503 | 26336 | 26168 | 25999 | | | | | |
| Procenti | | 135 | 134 | 133 | 133 | 132 | 131 | 130 | | | | | |
| Pamatsummas atmaksa | | 165 | 166 | 166 | 167 | 168 | 169 | 170 | | | | | |
| Kopējais maksājums | | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | | | | | |
| Pamatsummas atlikums per.b. | | 26835 | 26670 | 26503 | 26336 | 26168 | 25999 | 25829 | | | | | |
| <i>Kredīta atmaksas grafiks</i> | | 2014 | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Pamatsummas atlikums per.sāk. | | 25829 | 25659 | 25487 | 25315 | 25142 | 24968 | 24793 | 24617 | 24440 | 24263 | 24084 | 23905 |
| Procenti | | 129 | 128 | 127 | 127 | 126 | 125 | 124 | 123 | 122 | 121 | 120 | 120 |
| Pamatsummas atmaksa | | 171 | 171 | 172 | 173 | 174 | 175 | 176 | 177 | 178 | 178 | 179 | 180 |
| Kopējais maksājums | | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| Pamatsummas atlikums per.b. | | 25659 | 25487 | 25315 | 25142 | 24968 | 24793 | 24617 | 24440 | 24263 | 24084 | 23905 | 23725 |
| <i>Kredīta atmaksas grafiks</i> | | 2015 | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Pamatsummas atlikums per.sāk. | | 23725 | 23544 | 23362 | 23179 | 22995 | 22810 | 22624 | 22438 | 22250 | 22062 | 21872 | 21682 |
| Procenti | | 119 | 118 | 117 | 116 | 115 | 114 | 113 | 112 | 111 | 110 | 109 | 108 |
| Pamatsummas atmaksa | | 181 | 182 | 183 | 184 | 185 | 186 | 187 | 188 | 189 | 189 | 190 | 191 |
| Kopējais maksājums | | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| Pamatsummas atlikums per.b. | | 23544 | 23362 | 23179 | 22995 | 22810 | 22624 | 22438 | 22250 | 22062 | 21872 | 21682 | 21490 |

Tika izrēķināts, ka 2013. gadā sākot ar jūniju, uzņēmums kredīta dzēšanai novirzīs: kopējais maksājums: 2098 LVL, procentu maksājums: 928 LVL, pamatsumma: 1171 LVL.

2014.g.: kopējais maksājums: 3597 LVL, procentu maksājums: 1493 LVL, pamatsumma: 2105 LVL. Un 2015.g.: kopējais maksājums tāds pats: 3597 LVL, procentu maksājums: 1363 LVL, pamatsumma: 2234 LVL.

Tiks izskatīta iespēja dzēst kredītu ātrāk (vai arī daļēji dzēst), jo banka neiekasē par daļējo vai atmaksu pilnā apmērā papildus komisijas.

¹⁰¹ Autora izveidots

8. RISKI UN TO SAMAZINĀŠANAS PASĀKUMI

Vārds risks burtiskā tulkojumā nozīmē: pieņemt tādu lēmumu, kura rezultāts nav zināms, t.i., nav drošs. Risku var apzīmēt kā iespējamās novirzes no plānotajiem rezultātiem. Pastāv ļoti daudz riska definējumu, un plaši izplatīts ir viedoklis, ka risks uzņēmējdarbībā ir ieņēmumu negūšana un kapitāla samazināšanās ārējo un iekšējo faktoru ietekmes dēļ. Iespējams, pareizāk būtu risku definēt arī kā iespēju gūt panākumus un/ vai nopelnīt.

Visos gadījumos risks ir saistīts ar informācijas nodrošinājumu, pieņemot lēmumus. Risks ir varbūtības kategorija, un katrs uzņēmējs pats nosaka sev pieņemamo riska pakāpi.¹⁰²

Ir svarīgi, primāri, noteikt uzņēmuma riska profilu: riska veidu, izpausmi un uzņēmējdarbības ietekmes rezultātus.

8.1.tabula

SIA „YourWay” riska profila noteikšana¹⁰³

| Nr | Riska veids | Riska izpausme | Riska ietekmes rezultāts |
|----|-----------------------|--|--|
| 1. | Preču jeb cenas risks | -Pasūtītās preces no piegādātājiem („Rūjiena Saldējums”, „Rīgas piensaimnieks”, „Altus”, „LaNordia”) cenu paaugstināšana; -Piedāvāto pakalpojumu cenu līmeņa maiņa; | -Tā kā uzņēmums plāno iegādāties pārtikas produkciju, sadarbojoties ar piegādātājiem (pats uzņēmums neražo piedāvāto produkciju), ir risks ciest lielākus zaudējumus produktu iegādes izmaksu pieauguma dēļ, līdz ar ko, uzņēmums būs spiests izmantot aizdevuma pakalpojumus, meklēt citu piegādātāju, vai saīsināt pasūtītās produkcijas kvantitāti; -Piedāvātās produkcijas cenu līmeņa palielinājums var būt viens no |

¹⁰² Dienas Bizness. Riska vadības rokasgrāmata. Grozījumi un papildinājumi. - Rīga: Dienas Bizness, 2005. - 1.1.1 lpp.

¹⁰³ Autora izveidots

| | | | |
|----|-----------------------|--|--|
| | | | <p>sekām;</p> <p>-Ja uzņēmums būs spiests izvēlēties citu piegādātāju piedāvātajai produkcijai, kuru cenu līmenis ir zemāks bet arī kvalitāte ir zemāka (kas nav piemērots SIA „YourWay”-uzņēmums pats atzīmē savas produkcijas un pakalpojumu augstā līmeņa kvalitāti), tad var pasliktināties piedāvātās produkcijas kvalitāte, kas radīs labvēlīgo situāciju firmas konkurentiem, jo samazināsies pieprasījums pēc firmas produkcijas un pakalpojumiem, kā arī sliktāka reputācija, jo uzņēmums neatbilst savam lozungam;</p> <p>-Līdzī apgrozījuma samazinājumam, dēļ augstāk minētajiem iemesliem, uzņēmuma peļņa var samazināties;</p> |
| 2. | Procentu likmes risks | -Aizņemtā kapitāla („Latvijas Hipotēku un Zemes bankas” finansējums) procentu likmju svārstības; | <p>-Tā kā uzņēmums ņems aizdevumu bankā, restorāns var ciest zaudējumus, ja pēc noteiktā perioda aizdevuma procentu likme mainīsies (palielināsies), uzņēmums būs spiests palielināt naudas plūsmu, kas novedīs pie izdevumu pieauguma, saistīto ar parāda apkalpošanu;</p> <p>-Var pievest pie uzņēmuma peļņas samazinājuma (kā arī brīvās naudas resursu samazinājuma), palielinoties aizdevuma procentu</p> |

| | | | |
|----|----------------------|--|--|
| | | | likmei; |
| 3. | Negadījuma risks | -Nelabvēlīgs efekts uz uzņēmuma darbības rezultātiem („force majeure”: terorisms, ugunsgrēks, u.c.); | <p>-Attiecās uz restorāna darbību: terorisma rezultātā (terorisms skar vairāk publiskās vietas, tāpēc varbūtība, ka terorisms skars uzņēmuma restorāna telpas ir lielāka) var tikt iznīcināta visa produkcija un iekārtas, kas atrodas restorāna telpās, kas ietekmēs uzņēmuma peļņu/ darbību, palielināsies izmaksas seku novēršanai;</p> <p>-Ugunsgrēka/plūdu gadījumā uzņēmums riskē pazaudēt visu vai daļu no gatavās produkcijas (protams arī inventāru un iekārtas), kas novedīs pie izmaksām seku novēršanai un darbības zaudējumiem;</p> <p>-Force majeure gadījumi var pilnībā apstādināt uzņēmuma darbību uz ilgāku laiku.</p> |
| 4. | Operacionālais risks | -Nekvalificētais darbspēks; -Tehnoloģiskās problēmas (iekārtas, tehnikas nekvalitatīvā darbība); | <p>-Restorāna darbinieku kļūdu dēļ (tie darbinieki, kas ir atbildīgi par gatavās produkcijas pareizo glabāšanu) uzņēmumā var rasties nekvalitatīva/ bojāta produkcija, kura novedīs pie reputācijas samazināšanas, izmaksu seku novēršanai palielināšanas, jaunā darbspēka maiņas;</p> <p>-Apkalpojošā personāla nekvalificētā apkalpošana (attiecās uz viesmīļiem, bārmeņiem, kā arī operatoru (operators pieņem pasūtījumus no klientiem)) var ietekmēt klienta neapmierinātību ar kompāniju kopumā, samazināt klientu plūsmu,</p> |

| | | | |
|----|-------------------|---|---|
| | | | <p>palielināt klientu sūdzības, kas var pievest pie soda sankcijām no uzraudzības institūcijas un uzņēmuma reputāciju;</p> <p>-Neatbilstošās tehnoloģijas izvēle negatīvi ietekmēs uzņēmuma darbību: var novest pat pie laicīgās darbības apstāšanu (it īpaši tās tehnoloģijas darbības problēmas, kas saistītas ar 2. telpas aprīkojumu-pakalpojums ir diezgan inovatīvs, lieli riski to izmantošanai);</p> <p>-Izmaksas pieaugs arī gadījumā, ja uzņēmuma darbība tiks nekvalitatīvi saplānota (uzņēmuma Valde, grāmatvede), kas var pievest pie lieka laika zaudēšanas un izmaksu palielināšanas (piemēram, slikti saplānots piegādes ceļš → izmaksas uz benzīnu, darbaspēka lieka nodarbināšana vai krāpnieciskā darbība no piegādātāju puses, kas iepriekš netika pārbaudīta ar uzņēmuma atbildīgajām personām).</p> |
| 5. | Konkurences risks | -Jauno konkurentu ienākšana vietējā un starptautiskajā tirgū; | <p>-Latvijā diezgan populārs produkts- saldējums, ja palielināsies saldējuma piedāvājums Rīgas restorānos un kafējnīcās, SIA „YourWay” var zaudēt noteiktu tirgus daļu;</p> <p>-Jaunu konkurentu rašanās piespiež uzņēmumu palielināt mārketinga izmaksas, mēģinot noturēt esošus klientus, jo, pie izdevīgākiem nosacījumiem pie konkurentiem, klientu</p> |

| | | | |
|----|-------------------|--|---|
| | | | <p>skaits var samazināties;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jaunu konkurentu rašanās piespiež samazināt piedāvāto pakalpojumu un produkcijas cenas, kas samazina uzņēmuma peļņu un attīstības iespējas. |
| 6. | Reputācijas risks | -Negatīvā informācija par uzņēmuma produkciju/pakalpojumiem; | <ul style="list-style-type: none"> -Pie sliktākas reputācijas uzņēmums var zaudēt esošus darījuma partnerus/piegādātājus, kas palielinās izmaksas jauno partneru meklēšanai, vai seku novēršanai, paturot esošus; -Palielināsies uzņēmuma izdevumi mārketinga kompāniju īstenošanai, lai noturētu klientu skaitu, „atmazgātu” firmas reputāciju- jaunās reklāmas izveide, akcijas, pasākumi restorānā, kas var piesaistīt klientus; -Iespējamās soda sankcijas. |
| 7. | Politiskais risks | -Izstāšana no Eiropas Savienības (ES); -Diplomātisko attiecību pārtraukšana ar kādu no valstīm; | <ul style="list-style-type: none"> -Uzņēmums pagaidām neplāno sadarboties ar citām valstīm tuvākajos 3 gados, bet uzņēmuma veiksmīgās attīstības gadījumā, tiks izskatīta iespēja atvērt restorāna tīklu tuvākajās valstīs nākotnē, kas ir ES valstis, ja Latvija izstāsies no ES, slēgsies brīvās pārvietošanas iespēja, kas radīs papildus izmaksas; -Veiksmīgās prognozes variantā, ja notiks sadarbība ar ārzemēm, līdz ar attiecību pārtraukšanu ar sadarbības valstīm, firmai samazināsies tirgus daļa, kas, savukārt, samazinās peļņu. |

| | | | |
|----|--------------------|--|--|
| 8. | Komerčiālais risks | -Izmaksas, saistītas ar preces/pakalpojumu realizācijas procesiem; | <p>-Preces kvalitātes kritums, glabāšanas vai transportēšanas rezultātā pieved pie uzņēmuma izmaksu palielinājuma, kā arī problēmām ar pasūtītājiem (kad samazinās preces kvalitāte piegādes laikā- ceļu satiksmes negadījumu dēļ, neuzmanīgās, nepārdomātās transportēšanas dēļ), vai sliktāka kvalitāte preču nepareizās glabāšanas dēļ;</p> <p>-Pieprasījuma samazinājuma dēļ uzņēmumam var samazināties peļņa (piemēram, pasūtītājs atradis sev piemērotāku piegādātāju (kas saistīts ar piegādes pakalpojumiem) un atteicās no SIA „YourWay” pakalpojumiem; vai pieprasījums samazinājās, jo klientiem pazuda vēlme izmantot uzņēmuma pakalpojumu).</p> |
|----|--------------------|--|--|

Kā nākamā tiks apskatīta riska profila vadība- tiks noteikts, kāda uzņēmuma nodaļa-struktūrvienība, vai kas no darbiniekiem būs atbildīgs par konkrēto risku un kādi pasākumi tiks rīkoti riska samazināšanai.

8.2.tabula

SIA „YourWay ” riska profilu vadība¹⁰⁴

| Nr. | Atbildīgā struktūrvienība/darbinieks | Riska samazināšanas metodes/pasākumi |
|-----|--------------------------------------|--|
| 1. | Valde (preču jeb cenas risks) | -Uzņēmumam, lai izvairītos no situācijas, ka nepieciešamās produkcijas cenu palielinājuma dēļ jāpalielina izmaksas, jāveic lielākus rezervējumus uz nākotni (produkcijai, kurai tas ir iespējams, bez derīguma termiņa vai bez īslaicīga nolietojuma); |

¹⁰⁴ Autora izveidots

| | | |
|----|---|---|
| | | <p>-Palielinoties cenām uz pasūtītajām precēm, nav jāpieļauj gatavās produkcijas jūtamam cenu palielinājumu klientiem, domājot par klientu pieprasījumu: ja nav iespējas atrast kompromisu ar esošajiem piegādātājiem, rūpīgi jāmeklē citus sadarbības partnerus (varbūt tikai daļai no precēm);</p> <p>-Jāizmanto pēc iespējas lielu piegādātāju klāstu, lai uzņēmums nebūtu tik cieši piesaistīts un atkarīgs no konkrēta piegādātāja;</p> |
| 2. | Valde/ sekretāre- grāmatvedis (procentu likmes risks) | <p>-Izvērtējot situāciju pirms aizdevuma noformēšanas, uzņēmumam jāizskata iespēju noformēt aizdevumu ar fiksēto, ilgstoši nemainīgo procentu likmi, lai samazinātu iespēju izdevumu palielinājumam parāda apkalpošanai;</p> <p>-Ik pa laikam pētīt informāciju par citiem aizdevuma veidiem, kas būtu izdevīgāki uzņēmumam;</p> <p>-Tiekties pie, pēc iespējas, ātrākas parāda pilnās atmaksas;</p> |
| 3. | Valde/ biroja darbinieki (negadījuma risks) | <p>-Sagatavoties jau iepriekš negadījuma iestāšanās: nodrošināt restorāna un noliktavu telpas ar pret ugunsgrēka drošības sistēmu, ar apsardzes drošības sistēmu;</p> <p>-Jāveic pastāvīgo informācijas sniegšanu/ darba drošības pasākumu organizēšanu darba personālam;</p> |
| 4. | Valde (operacionālais risks) | <p>-Jānodrošina kvalitatīvu apmācību darba personālam un regulāru darba prasmju pārbaudi un atkārtošanu;</p> <p>-Jāīsteno noteiktu amatu darbaspēka kvalifikācijas uzlabošanas pasākumus (kursi, semināri);</p> <p>-Jākontrolē darba iekārtu kvalitāti, nolietojumu, jāseko līdzi jauninājumiem (laicīgi spēt aizvietot novecojušo iekārti pret jauno, nodrošinot nepārtrauktu darba gaitu);</p> <p>-Izstrādāt personāla atlases sistēmu- noteiktus kritērijus, pieņemot darbiniekus;</p> |
| 5. | Sekretāre- grāmatvede/ | -Konkurentu pievilcīgo piedāvājumu dēļ noteikta |

| | | |
|----|---------------------------|---|
| | Valde (konkurences risks) | <p>klientu plūsma var izvēlēties konkurentu pakalpojumus, lai piesaistītu to pašu klientu plūsmu (kā arī jauno), ir jāveic mārketinga pasākumus: dažādu akciju rīkošana, zīmola popularizēšana un pastāvīgā atjaunošana;</p> <p>-Nepārtraukti veikt esošās tirgus nišas izpēti, sekojot līdzī konkurentu cenām, piedāvājumiem, jauninājumiem;</p> <p>-Jauno tirgus meklēšana, kas palīdzēs iekārot jaunu klientu sektoru, vēl nepiesaistīto no konkurentu puses (vai arī pārvilināt klientus no konkurentiem ar savu labāko piedāvājumu);</p> |
| 6. | Valde (reputācijas risks) | <p>-Jāsastāda noteiktu plānu, ka uzņēmums rīkosies dažādu baumu rašanas rezultātos: kā uzņēmums kopumā reaģēs, kurš sniegs, ja būs nepieciešams, intervijas medijiem, kas tiksies ar žurnālistiem, u.c.;</p> <p>-Uzņēmumam pastāvīgi ir jānodrošina papildus „labās” baumas: jāsadarbojas ar noteiktiem masu medijiem (reklāmas kampaņas laikā- avīzes un žurnāli), ievietojot ik pa laikam noteiktu informāciju par uzņēmuma panākumiem un produkciju/pakalpojumiem, pateicībām, jāizveido pateicības grāmatu, kura būs brīvi pieejama visiem apmeklētājiem (mājas lapā) ;</p> <p>-Jāveic ikdienas informācijas monitoringu, jāseko vienmēr aktuālākai informācijai par notikumiem līdzīgajā sfērā, noteiktajā tirgus sfērā, ekonomiskajā situācijā kopumā;</p> <p>-Jāpiedalās sabiedriskajās aktivitātēs, kuras tiks rīkotas, reklamējot savas firmas produkciju, sponsorēšanas iespējas;</p> |
| 7. | Valde (politiskais risks) | <p>-Grūti prognozējams risks. Jā nākotnē būs pieņemts lēmums atvērt restorāna tīklu arī citās valstīs, jānodrošina savus pakalpojumus, pēc iespējas, valstīm ar stabilu ekonomisko stāvokli (jāveic ne tikai klientu plūsmas analīzi, bet arī valsts ekonomikas analīzi);</p> |

| | | |
|----|---|--|
| | | -Vienmēr jānodrošina izcilu servisu no firmas puses, lai nebūtu iespējas sava servisa dēļ pazaudēt vērtīgus klientus/darījuma partnerus nestabilās situācijas dēļ (piemēram, partnera valstī ir krīze, bet sadarbības partneri, optimizējot savu darbību paliek pie firmas pakalpojumiem, firmas izcila servisa un kvalitātes dēļ); |
| 8. | Operators/ (komerciālais risks) Valde | -Nodrošināt noteiktu pārdomātu sistēmu preču glabāšanas un transportēšanas gadījumiem (pastāvīgi sekot līdz produktū derīguma termiņiem, glabāšanas nosacījumiem, nodrošināt iepakojumus transportēšanas laikā, labāka ceļa izvēle, u.c.); -Pastāvīgi sniegt esošajiem pasūtītājiem, kā arī klientiem informāciju par firmas jauninājumiem un piedāvājumu uzlabojumiem (reklāmas kampaņas, caur e-pastu, zvaniem, u.t.t), lai klienti novērtētu sadarbību ar firmu, būtu vienmēr lietas kursā par firmas piedāvājumiem. |

Lai varētu novērtēt iespējamus riskus, nepietiek tikai ar to noteikšanu, ir nepieciešams zināt, kādam no riskiem ir lielāka varbūtība parādīties restorāna darbības laikā. Jānosaka, kādi riski ir visbīstamākie, kas ietekmēs uzņēmuma darbību visvairāk.

Lai varētu noteikt, kāds riska veids ietekmēs uzņēmuma darbību vairāk, kāds mazāk, riski tiks izvērtēti pēc sekojošās skalas:

8.3.tabula

Risku klasifikācija pēc varbūtības un iedarbības pakāpes¹⁰⁵

| Vērtējuma sistēma | Riska varbūtība | Riska iedarbība/sekas |
|-------------------|--|-----------------------|
| 5 | Risks ir ļoti iespējams | Katastrofiska |
| 4 | Risks ir iespējams | Kritiska |
| 3 | Risks ir pa pusei iespējams (50/50) | Nopietna |
| 2 | Risks nav izslēgts | Maznozīmīga |

¹⁰⁵ Pettere G., Voronova I. Riski uzņēmējdarbībā un to vadībā. – Rīga: Banku augstskola, 2003. - 28 lpp.

| | | |
|----------|---------------------|------------|
| 1 | Risks nav iespējams | Nenožīmīga |
|----------|---------------------|------------|

Kā arī tiks aprēķināts riska koeficients, kas parādīs, cik nopietns risks pēc lieluma ir, reizinot varbūtības pakāpi ar sekū pakāpi, kuru rezultātu var sadalīt piecās kategorijās:

- minimālais (ļoti zems) risks $0 < R < 5$
- zems risks $5 < R < 10$
- vidējais risks $10 < R < 15$
- augsts risks $15 < R < 20$
- maksimālais risks $20 < R < 25$ ¹⁰⁶

Līdz ar riska varbūtības un iedarbības pakāpes definējumu, tika izvērtēti uzņēmuma „YourWay” potenciālie riski, kas ir atspoguļoti 8.4.tabulā.

8.4.tabula

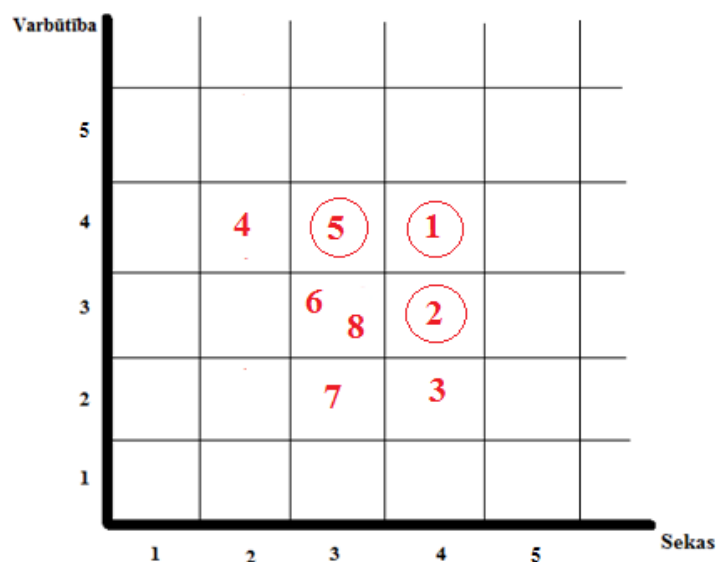
SIA „YourWay” risku varbūtības kritēriju tabula¹⁰⁷

| Nr. | Risks | Notikuma varbūtība | Sekas | Riska koeficients |
|-----|--------------------|-----------------------|----------|----------------------|
| 1. | Preču jeb cenas r. | 4 | 4 | 16 |
| 2. | Procentu likmes r. | 3 | 4 | 12 |
| 3. | Negadījuma r. | 2 | 4 | 8 |
| 4. | Operacionālais r. | 4 | 2 | 8 |
| 5. | Konkurences r. | 4 | 3 | 12 |
| 6. | Reputācijas r. | 3 | 3 | 9 |
| 7. | Politiskais r. | 2 | 3 | 6 |
| 8. | Komerčiālais r. | 3 | 3 | 9 |

Līdz ar to, tika izveidota riska matrica, kurā ir atspoguļoti visi astoņi riski pēc numuriem (sarkanā krāsā)- matrica norāda, kādus blokus var nepamānīt, un kādus nekādā gadījumā nedrīkst ignorēt. Jo tuvāk risks ir izvietots Seku vai Varbūtības asij, jo mazāk pamanāmi riski ir. Jo tālāk no robežām, jo bīstamākie ir riski.

¹⁰⁶ Autora izveidots pēc lekciju kursa „Finanšu risku analīze” materiāliem

¹⁰⁷ Autora izveidots



8.1.att., SIA „YourWay” risku matrica¹⁰⁸

Pēc riska matricā redzamā, var noteikt, ka galvenie riski, kam uzņēmumam ir jāpievērš lielāku uzmanību, ir 1. un 2. (preču jeb cenas un procentu likmes), kā arī 5. risks, kas ir konkurences risks. Autors uzskata, ka preču jeb cenas risks var notikt visbiežāk un krāsi ietekmēt uzņēmuma darbību, jo restorāns visu piedāvāto produkciju uzpirks pie piegādātājiem, kas nozīmē, ka uzņēmums ir pilnībā atkarīgs no tām cenām, kādas nosaka piegādātāji.

Kā arī, uzņēmums sāks savu darbību ar lielu aizdevuma summu, kas ir lielāka par pašu līdzekļiem, kas nozīmē, ka restorāna darbība ir atkarīga no aizdevuma nosacījumiem pirmajā gadā. Mainoties aizdevuma nosacījumiem, t.i., procentu likmei, pastāv risks neatmaksāt laicīgi aizdevumu, palielināt izdevumu skaitu parāda dzēšanai vai maksāt ar soda sankcijām.

Konkurences risks ir nozīmīgs tādēļ, ka pastāv risks nevis tieši tāda paša restorāna atvēršanai (pēc autora domām, tas ir maz iespējams), bet risks, ka klienti tomēr izvēlēsies konkurentu piedāvājumus, jo dažiem konkurentiem cenas uz saldējumu mazākas, kā arī daudz mazākas cenas ir veikalos, nevis restorānu un kafejnīcu tīklos.

Mazāka uzmanība jāpievērš reputācijas un komerciālajam riskam, jo uzņēmuma Valde parūpējās par uzņēmuma tēlu un reklāmu jau pirms restorāna atvēršanas, un ir pārliecināti, ka apkalpošana un piedāvātie produkti būs labas kvalitātes. Komerciālais risks, līdzīgi kā operacionālais risks, ir daļēji atkarīgs no personāla, kas tiks rūpīgi un

¹⁰⁸ Autora izveidots

kvalitatīvi apmācīts. Komerציālijā riskā jāpievērs tomēr uzmanību pieprasījuma samazināšanai dēļ tā, ka klientiem var apnikt piedāvātājs pakalpojums (tieši 2. telpa).

Uzņēmuma 4. (operacionālais risks), 7. (politiskais risks) un 3. (negadījuma risks) riskiem uzņēmuma Valdei jāpievērs vismazākā uzmanība. Pēc autora domām, operacionālais risks var notikt bieži, bet ar nenopietnām sekām, jo personāls apmeklēs speciālus seminārus kvalitatīvai apkalpošanai, tiks ņemti vērā visi noteikumi produktu glabāšanas ziņā.

Politiskam riskam nav jāpievērs liela uzmanība tādēļ, ka uzņēmums neplāno tuvāko 3 gadu laikā atvērt restorānu ES valstīs. Ja uzņēmuma Valdes plānos būs atvērt papildus restorānu ārzemēs, šis riska veids tiks izskatīts atkārtoti un detalizētāk.

Negadījumi, tādi kā zemestrīces, plūdi - ir gandrīz neiespējami Latvijā, bet tādi kā ugunsgrēki- rets paradums pilsētas centrā.

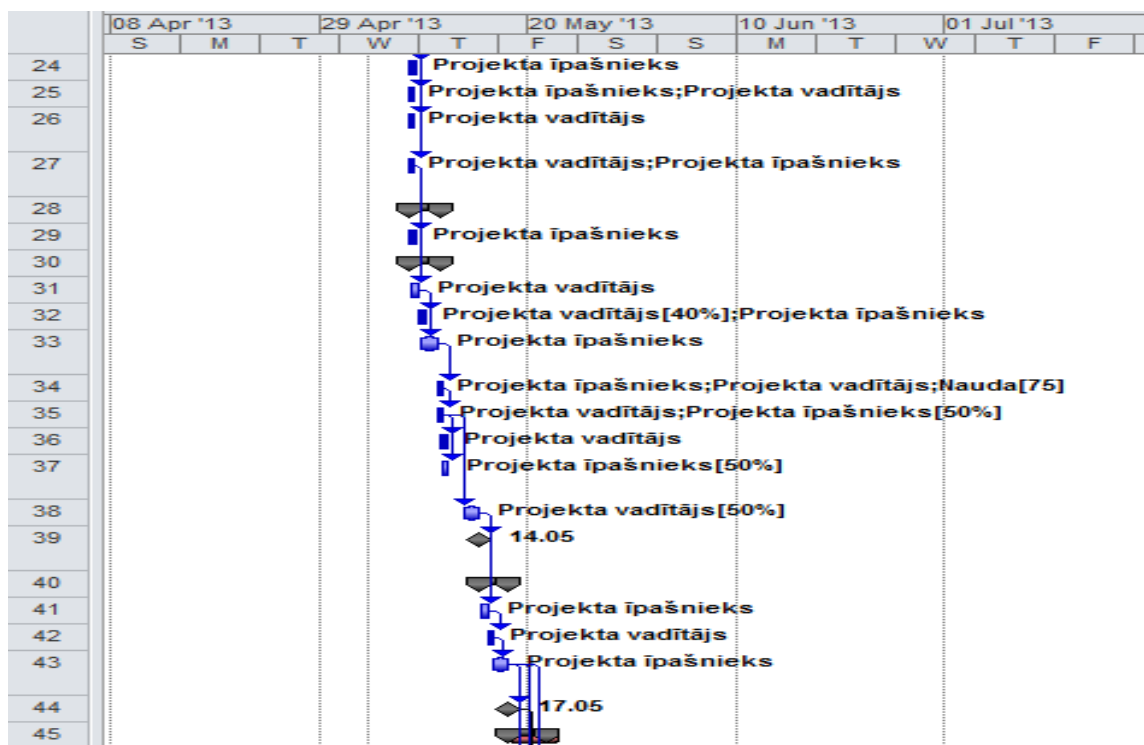
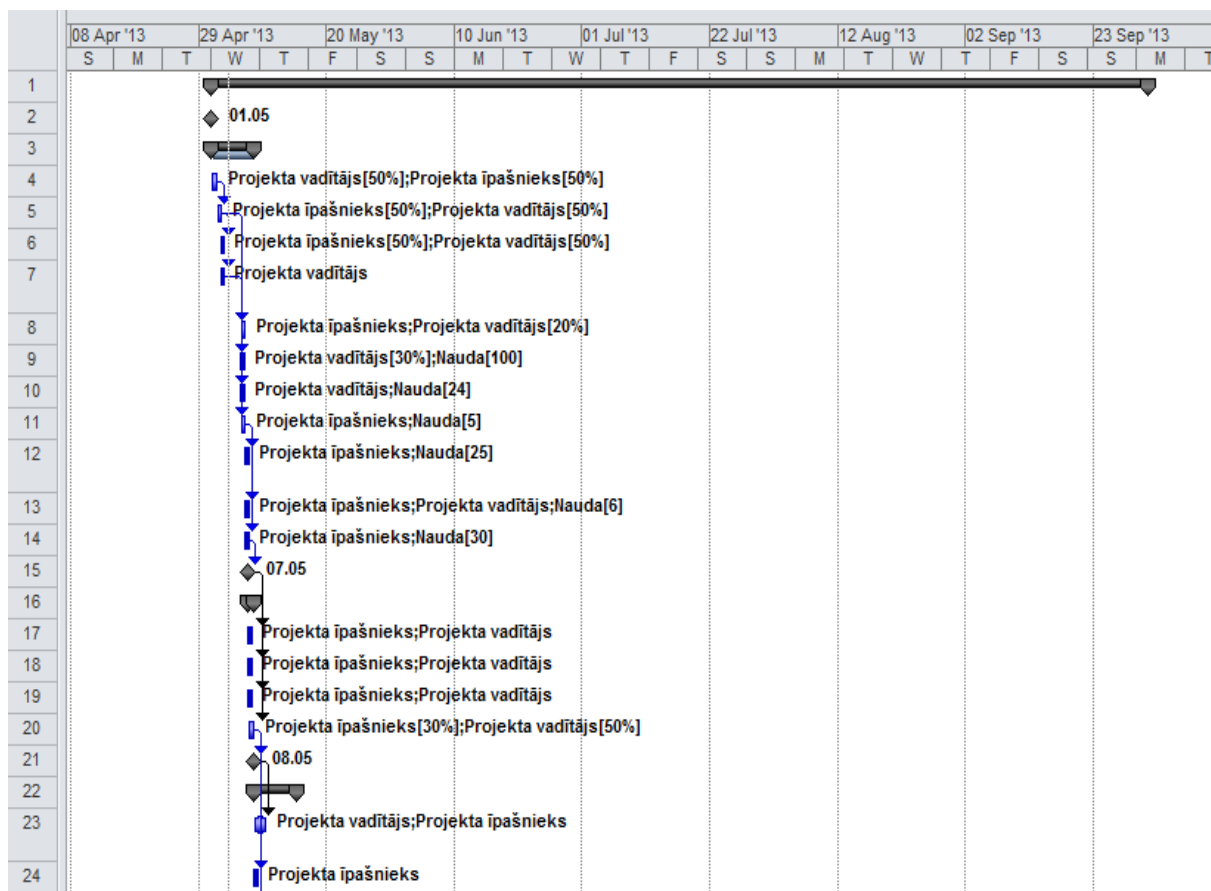
IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

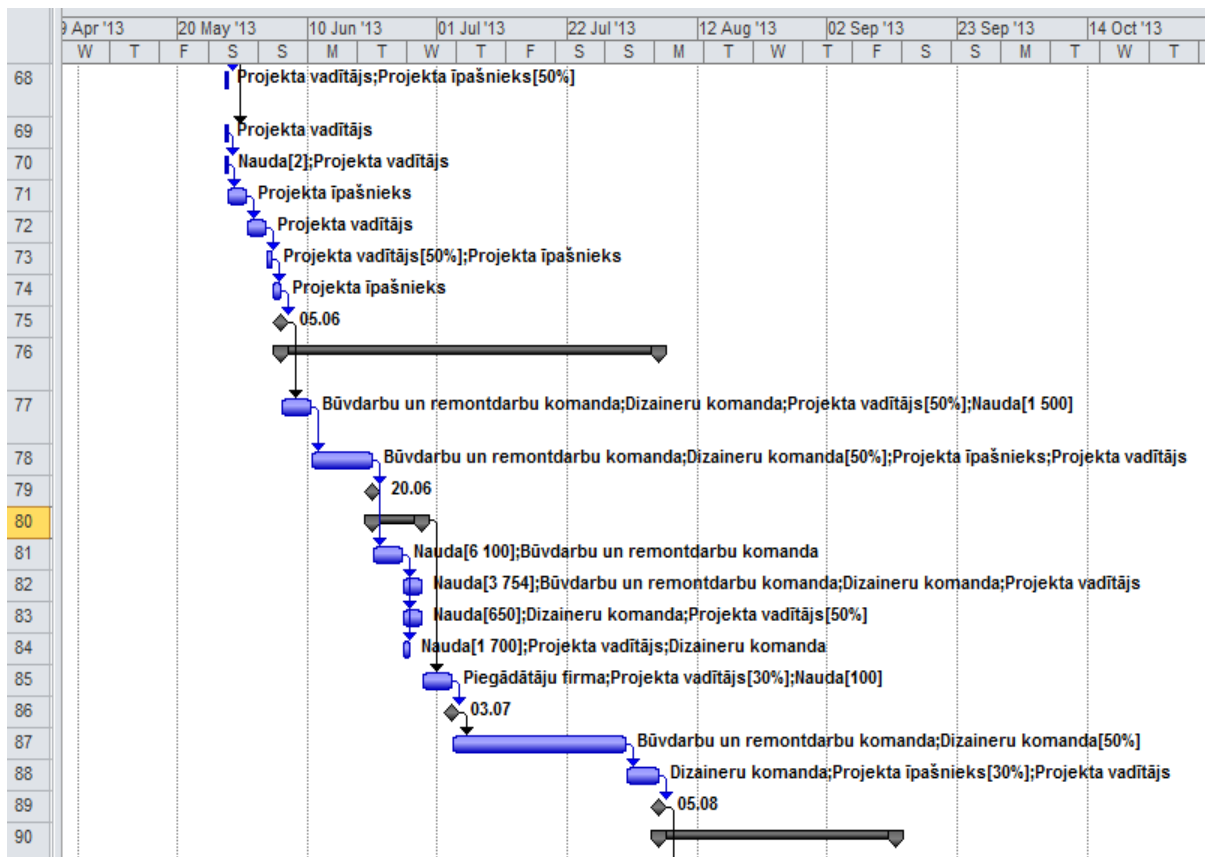
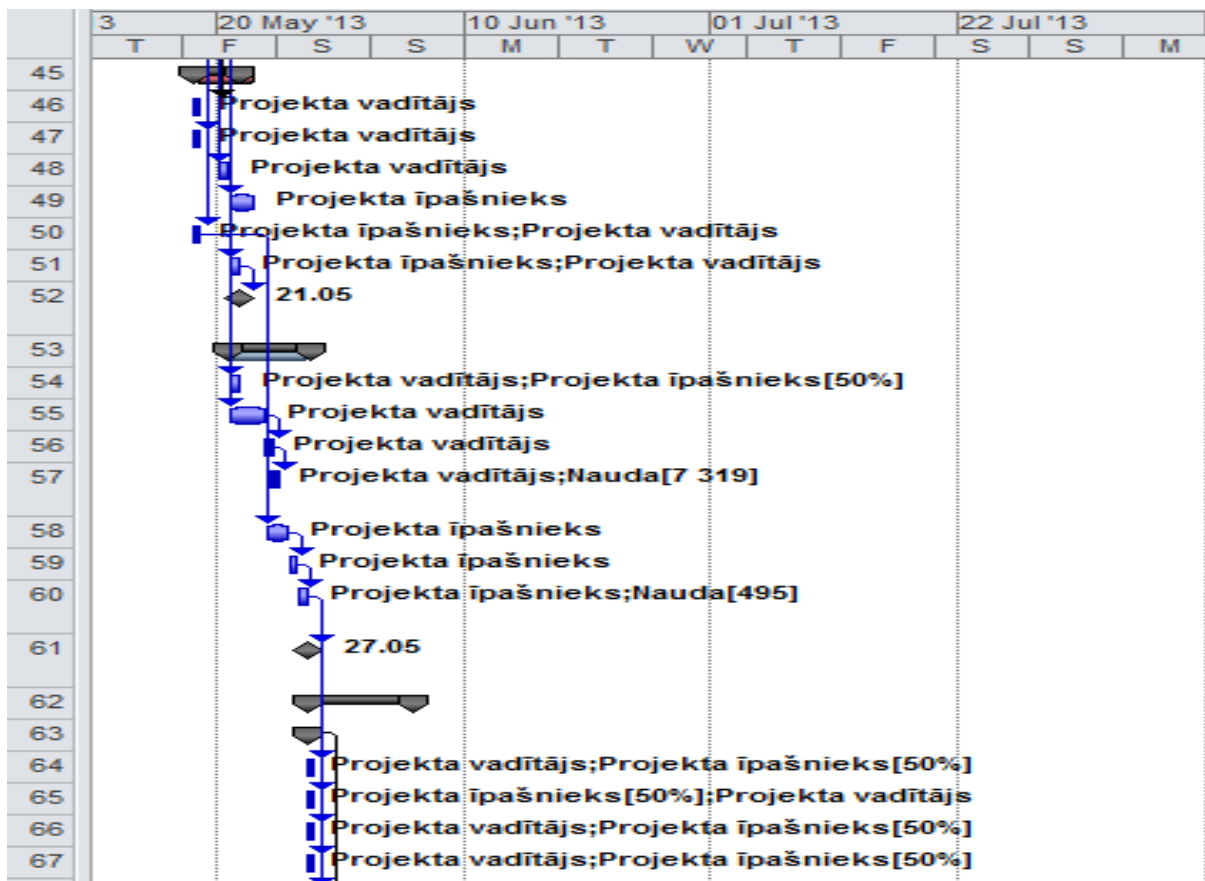
1. Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 178/2002- Eiropas Komisija- 28.01.2002
2. Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 852/2004- Eiropas Komisija- 29.04.2004
3. Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 853/2004- Eiropas Komisija- 29.04.2004
4. LR Saeima. Komerclikums (13.04.2000).- Latvijas Vēstnesis, 01.06.2000., Nr. 158/160
5. LR Saeima. Par valsts un pašvaldību kapitāla daļām un kapitālsabiedrībām (26.09.2002).- Latvijas Vēstnesis, 16.10.2002., Nr. 149
6. LR Saeima. Konkurences likums (04.10.2001).- Latvijas Vēstnesis, 23.10.2001., Nr. 151
7. LR Saeima. Pārtikas aprites uzraudzības likums (19.02.1998).- Latvijas Vēstnesis, 06.03.1998., Nr. 60/61
8. MK noteikumi Nr.65. Oficiālo publikāciju noteikumi (29.01.2013).- Latvijas Vēstnesis, 01.02.2013., Nr. 23
9. MK noteikumi Nr.631. Noteikumi par ātrās reaģēšanas sistēmas darbību pārtikas aprītē (27.07.2004).- Latvijas Vēstnesis, 30.07.2004., Nr. 120
10. MK noteikumi Nr.494. Noteikumi par darbiem, kas saistīti ar iespējamu risku citu cilvēku veselībai un kuros nodarbinātās personas tiek pakļautas obligātajām veselības pārbaudēm (27.11.2001).- Latvijas Vēstnesis, 30.11.2001., Nr. 174
11. MK noteikumi Nr.409. Pārtikas aprītē nodarbināto personu profesionālās kvalifikācijas prasības (14.06.2005).- Latvijas Vēstnesis, 17.06.2005., Nr. 96
12. MK noteikumi Nr.235. Dzeramā ūdens obligātās nekaitīguma un kvalitātes prasības, monitoringa un kontroles kārtība (29.04.2003).- Latvijas Vēstnesis, 30.05.2003., Nr. 81
13. MK noteikumi Nr.409. Pārtikas aprītē nodarbināto personu profesionālās kvalifikācijas prasības (14.06.2005).- Latvijas Vēstnesis, 17.06.2005., Nr. 96
14. Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 8.aprīlī].
Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/dati/statistikas-datubazes-28270.html>

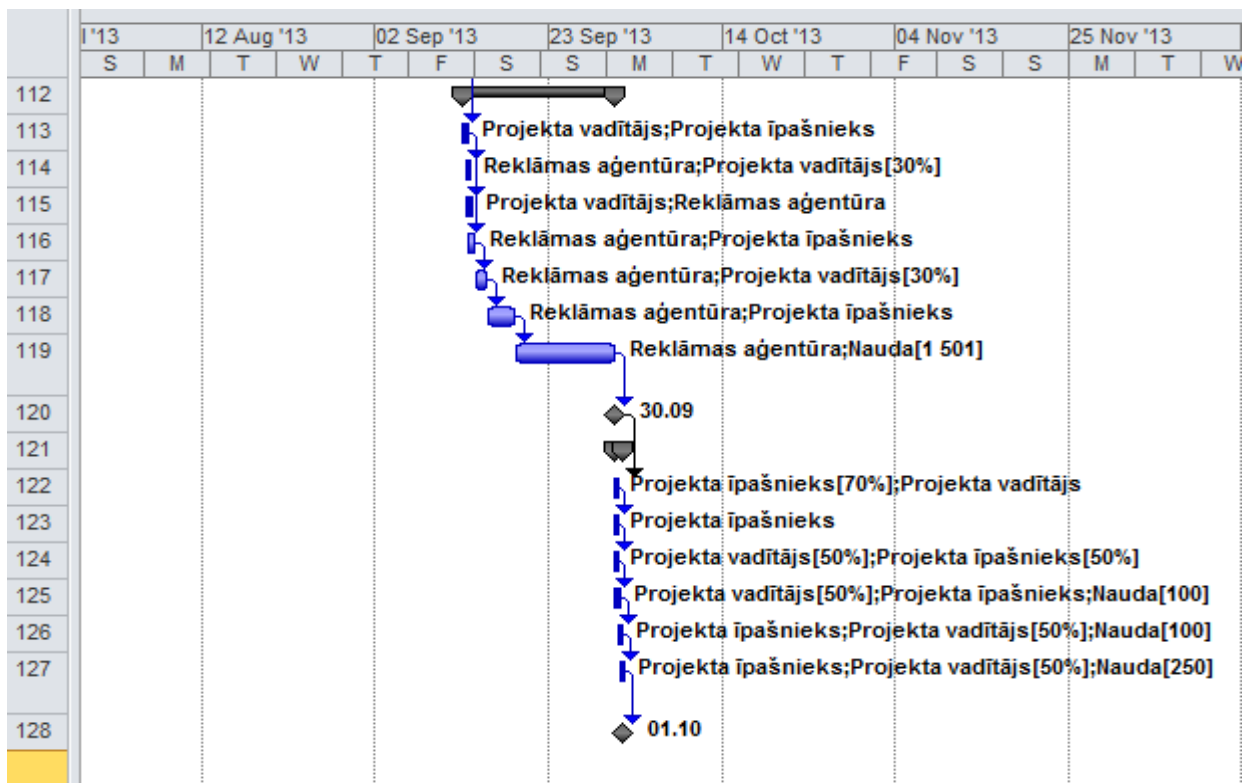
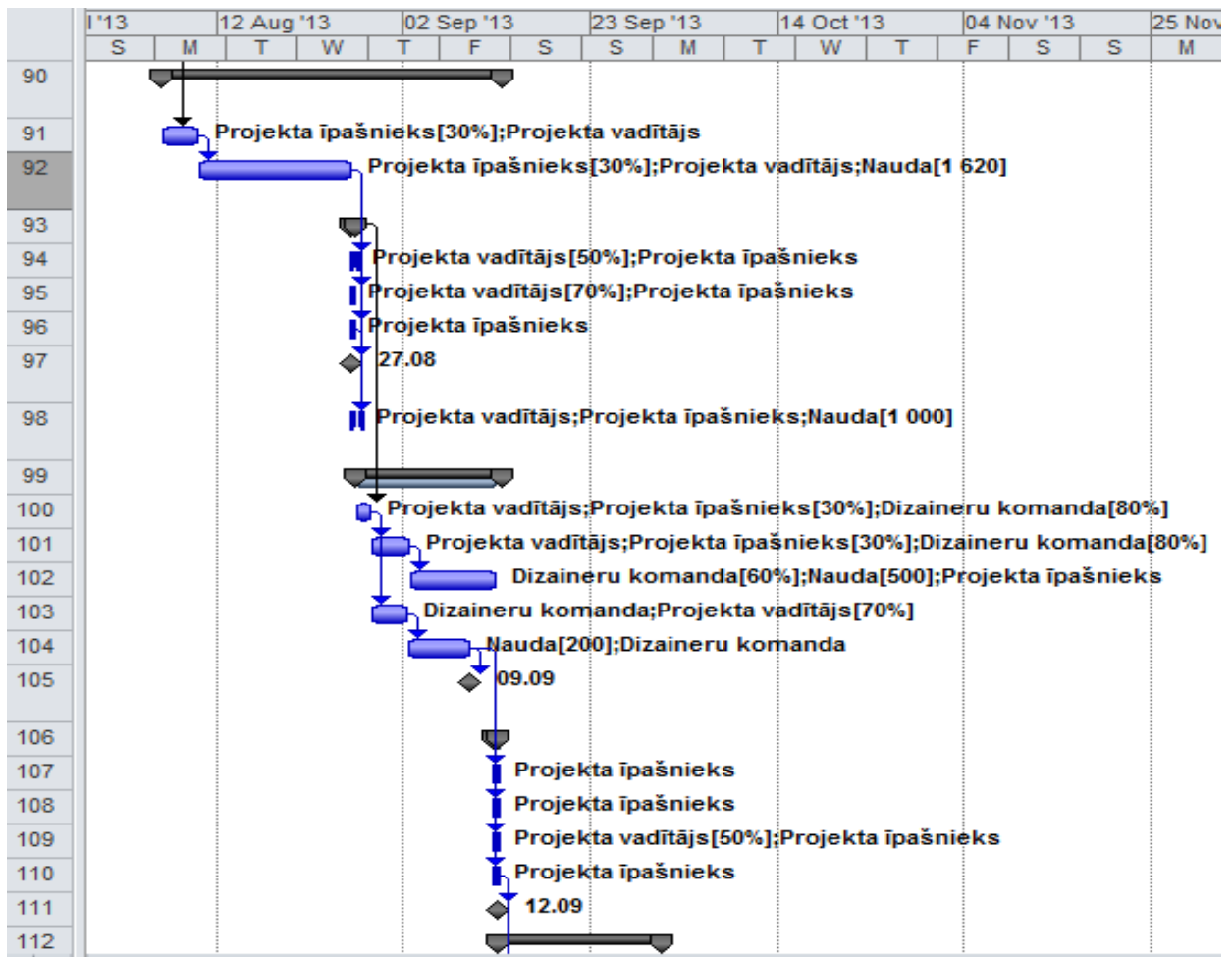
32. Kafejnīca Yo Yo Frozen Yoghurt, [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 02.maijā].
Pieejams: <http://yoyofrozenyoghurt.com/lv/par-mums/>
33. Kafejnīca Coffee inn, [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 02.maijā]. Pieejams:
<http://www.coffee-inn.lv/#locations>
34. Kafejnīca Leduspuķe, [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 02.maijā]. Pieejams:
<http://www.barradar.lv/lv/kafejnica/907-leduspuke>
35. Latvijas Riska kapitāla asociācija [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 14.aprīlī].
Pieejams: <http://www.lvca.lv/kas-ir-riska-kapitals/kas-ir-riska-kapitals/>
36. Latvenergo, juridiskajām personām [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 12.aprīlī].
Pieejams:http://www.latvenergo.lv/portal/page/portal/Latvian/latvenergo/main_page/pakalpojumi_priv/tarifi_privatpersonam
37. Lattelecom biznesam, īpašie piedāvājumi [tiešsaiste],
[skatīts 2013.g. 12.aprīlī].Pieejams:http://www.lattelecom.lv/biznesam/jaundibinatajiem_uznemumiem/?lvc_nav1254=4547#navigationlvc_nav1254
38. Rīga- 2014. gada Eiropas kultūras galvaspilsēta [tiešsaiste],
[skatīts 2013.g. 10.aprīlī]. Pieejams: <http://www.liveriga.com/lv/5727>
39. Rīgas Ūdens, pakalpojumu tarifi un cenas [tiešsaiste],
[skatīts 2013.g. 12.aprīlī]. Pieejams: <https://www.rigasudens.lv/pakalpojumi/pakalpojumu-tarifi-un-cenas/sabiedrisko-pakalpojumu-tarifi/>
40. Sabiedrību reģistrācija. Grāmatvedības pakalpojumi [tiešsaiste],
[skatīts 2013.g. 11.aprīlī]. Pieejams: <http://www.sia-registracija.lv/sia-registracija.htm>
41. Sludinājumi [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 11.aprīlī]. Pieejams:
<http://www.ss.lv/lv/real-estate/premises/restaurants-cafe-dining-halls/riga/vecriga/>
42. Uzziņu portāls, biznesa katalogs [tiešsaiste], [skatīts 2013.g. 11.aprīlī].
Pieejams: <http://www.1188.lv/karte>
43. Lekciju kursa “Pētnieciskā darba problemātika un metodoloģija” materiāli
44. Lekciju kursa „Finanšu risku analīze” materiāli

PIELIKUMI

SIA „YourWay” projekta Ganta shēma







Peļņas vai zaudējumu aprēķins 2013.g. (8 mēn.), 2014.g. un 2015.g., pa mēnešiem

2013.g., 8.mēn

| <i>Peļņas vai zaudējumu plāns</i> | | | | | | | | | 2013 |
|--|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| | Maijs | Jūnijs | Jūlijs | Augusts | Septembris | Oktobris | Novembris | Decembris | KOPĀ |
| Neto apgrozījums | | | | | | 9875,17 | 9482,46 | 9532,29 | 28890 |
| Izejvielu un materiālu izlietojums | | | | | | 3844,36 | 3691,48 | 3710,88 | 11247 |
| Ūdens izmaksas | | 36,00 | 36,97 | 35,04 | 31,00 | 42,00 | 39,55 | 36,11 | 257 |
| Elektroenerģijas izmaksas | | 199,11 | 201,10 | 199,90 | 168,33 | 197,53 | 191,98 | 215,68 | 1374 |
| Apsardzes pakalpojumi | | | | | | 41,85 | 10,26 | 10,26 | 62 |
| Sakaru izmaksas | | 15,79 | 15,79 | 15,79 | 15,79 | 15,79 | 15,79 | 23,69 | 118 |
| Nomas maksas | | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 7266 |
| Valsts nodevas, publikācija LV(+citi izdev.,saist.ar reģ.) | 190,00 | | | | | | | | 190 |
| Aizdevuma noformēšanas komisijas, citas komisijas | 77,00 | | | | | | | | 77 |
| Pamatlīdzekļu un nemater. ieg. nolietojums | | | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 1193 |
| Darba algas | | | | | | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 11028 |
| VSAOI | | | | | | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 2657 |
| Riska nodeva | | | | | | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 7 |
| Reklāmas izmaksas | | | | 700,00 | 1501,00 | | | | 2201 |
| Kancelejas izdevumi un mazvērtīgā inventāra iegāde | | | | 50,00 | | | | | 50 |
| Procentu maksājumi | | 135,00 | 134,00 | 133,00 | 133,00 | 132,00 | 131,00 | 130,00 | 928 |
| Peļņa pirms UIN | -267,00 | -1423,96 | -1624,80 | -2370,67 | -3086,06 | -199,10 | -398,33 | -395,06 | -9765 |
| Uzņēmumu ienākuma nodoklis | | | | | | | | | |
| Tīrā peļņa | -267,00 | -1423,96 | -1624,80 | -2370,67 | -3086,06 | -199,10 | -398,33 | -395,06 | -9765 |

2014.g.

| <i>Peļņas vai zaudējumu plāns</i> | | | | | | | | | | | | | 2014 |
|--|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| | Janvāris | Februāris | Marts | Aprīlis | Maijs | Jūnijs | Jūlijs | Augusts | Septembris | Oktobris | Novembris | Decembris | KOPĀ |
| Neto apgrozījums | 9995,55 | 9571,09 | 8730,38 | 9879,04 | 10999,18 | 10278,69 | 11264,70 | 11202,86 | 10350,41 | 11151,03 | 9559,00 | 10235,34 | 123217 |
| Izejvielu un materiālu izlietojums | 2495,32 | 2389,36 | 2179,48 | 2466,24 | 2745,87 | 2566,01 | 2812,16 | 2796,72 | 2583,91 | 2783,78 | 2386,34 | 2555,19 | 30760 |
| Ūdens izmaksas | 40,11 | 38,20 | 38,00 | 39,99 | 41,00 | 41,36 | 42,18 | 40,00 | 39,86 | 36,11 | 35,18 | 35,00 | 467 |
| Elektroenerģijas izmaksas | 190,16 | 150,80 | 168,98 | 197,11 | 193,15 | 200,00 | 201,13 | 202,16 | 199,78 | 186,11 | 185,19 | 180,59 | 2255 |
| Apsardzes pakalpojumi | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 123 |
| Sakaru izmaksas | 23,69 | 23,69 | 23,69 | 23,69 | 23,69 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 340 |
| Nomas maksas | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 12457 |
| Valsts nodevas, publikācija LV(+citi izdev.,saist.ar reģ.) | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Aizdevuma noformēšanas komisijas, citas komisijas | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Pamatlīdzekļu un nemater. ieg. nolietojums | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 2387 |
| Darba algas | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 44112 |
| VSAOI | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 10627 |
| Riska nodeva | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 27 |
| Reklāmas izmaksas | | | | | 750,00 | | | | | 750,00 | | | 1500 |
| Kancelejas izdevumi un mazvērtīgā inventāra iegāde | | | | 100,00 | | | | | | | | | 100 |
| Procentu maksājumi | 129,00 | 128,00 | 127,00 | 127,00 | 126,00 | 125,00 | 124,00 | 123,00 | 122,00 | 121,00 | 120,00 | 120,00 | 1493 |
| Peļņa pirms UIN | 1306,27 | 1030,04 | 382,23 | 1114,02 | 1308,47 | 1503,74 | 2242,65 | 2198,40 | 1562,28 | 1431,45 | 989,71 | 1501,99 | 16570 |
| Uzņēmumu ienākuma nodoklis | | | | | | | | | | | | | 649 |
| Tirā peļņa | 1306,27 | 1030,04 | 382,23 | 1114,02 | 1308,47 | 1503,74 | 2242,65 | 2198,40 | 1562,28 | 1431,45 | 989,71 | 1501,99 | 15921 |

2015.g.

| <i>Peļņas vai zaudējumu plāns</i> | | | | | | | | | | | | | 2015 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| | Janvāris | Februāris | Marts | Aprīlis | Maijs | Jūnijs | Jūlijs | Augusts | Septembris | Oktobris | Novembris | Decembris | KOPĀ |
| Neto apgrozījums | 13106,97 | 12641,03 | 12684,40 | 13351,77 | 13400,77 | 14155,40 | 14187,61 | 13430,66 | 14221,17 | 13667,18 | 13429,76 | 12489,66 | 160766 |
| Izejvielu un materiālu izlietojums | 3265,26 | 3149,18 | 3159,98 | 3326,24 | 3338,45 | 3526,44 | 3534,47 | 3345,90 | 3542,83 | 3404,82 | 3345,67 | 3111,47 | 40051 |
| Ūdens izmaksas | 38,52 | 30,18 | 37,64 | 37,98 | 38,18 | 39,90 | 42,11 | 45,78 | 41,20 | 39,99 | 39,07 | 39,11 | 470 |
| Elektroenerģijas izmaksas | 189,36 | 170,68 | 172,32 | 190,13 | 199,68 | 200,99 | 209,00 | 205,89 | 190,11 | 189,78 | 188,78 | 180,24 | 2287 |
| Apsardzes pakalpojumi | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 10,26 | 123 |
| Sakaru izmaksas | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 31,58 | 379 |
| Nomas maksas | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 1038,06 | 12457 |
| Valsts nodevas, publikācija LV(+citi izdev.,saist.ar reģ.) | | | | | | | | | | | | | 0 |
| A izdevuma noformēšanas komisijas, citas komisijas | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Pamatlīdzekļu un nemater. ieg. nolietojums | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 198,88 | 2387 |
| Darba algas | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 3676,00 | 44112 |
| VSAOI | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 10627 |
| Riska nodeva | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 27 |
| Reklāmas izmaksas | | | | | 750,00 | | | | | 750,00 | | | 1500 |
| Kancelejas izdevumi un mazvērtīgā inventāra iegāde | | | | 100,00 | | | | | | | | | 100 |
| Procentu maksājumi | 119,00 | 118,00 | 117,00 | 116,00 | 115,00 | 114,00 | 113,00 | 112,00 | 111,00 | 110,00 | 109,00 | 108,00 | 1362 |
| Peļņa pirms UIN | 3652,25 | 3330,41 | 3354,88 | 3738,84 | 3116,88 | 4431,49 | 4446,45 | 3878,52 | 4493,45 | 3330,01 | 3904,66 | 3208,26 | 44886 |
| Uzņēmumu ienākuma nodoklis | | | | | | | | | | | | | 9556 |
| Tirā peļņa | 3652,25 | 3330,41 | 3354,88 | 3738,84 | 3116,88 | 4431,49 | 4446,45 | 3878,52 | 4493,45 | 3330,01 | 3904,66 | 3208,26 | 35330 |

Darba devēja izmaksas darba personālam, 2013.g. (3 mēn.), 2014.g., 2015.g.

| 2013.g. | Oktobris | Novembris | Decembris |
|-----------------------|----------|-----------|-----------|
| Valdes priekšsēdētājs | 480 | 480 | 480 |
| Valdes loceklis | 512 | 512 | 512 |
| Sekretāre-grāmatvedis | 400 | 400 | 400 |
| Operators | 400 | 400 | 400 |
| Bārmenis | 420 | 420 | 420 |
| Bārmenis | 420 | 420 | 420 |
| Viesmīlis 1 | 348 | 348 | 348 |
| Viesmīlis 2 | 348 | 348 | 348 |
| Viesmīlis 3 | 348 | 348 | 348 |
| Kopā | 3676 | 3676 | 3676 |
| VSAOI | 885,55 | 885,55 | 885,55 |
| Riska nodeva | 2,25 | 2,25 | 2,25 |

| 2014.g. | Janvāris | Februāris | Marts | Aprīlis | Maijs | Jūnijs | Jūlijs | Augusts | Septembris | Oktobris | Novembris | Decembris | KOPĀ |
|-----------------------|----------|-----------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|------------|----------|-----------|-----------|----------|
| Valdes priekšsēdētājs | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 5760 |
| Valdes loceklis | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 6144 |
| Sekretāre-grāmatvedis | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 4800 |
| Operators | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 4800 |
| Bārmenis | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 5040 |
| Bārmenis | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 5040 |
| Viesmīlis 1 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 4176 |
| Viesmīlis 2 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 4176 |
| Viesmīlis 3 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 4176 |
| Kopā | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 44112 |
| VSAOI | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 10626,58 |
| Riska nodeva | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 27 |

| 2015.g. | Janvāris | Februāris | Marts | Aprīlis | Maijs | Jūnijs | Jūlijs | Augusts | Septembris | Oktobris | Novembris | Decembris | KOPĀ |
|-----------------------|----------|-----------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|------------|----------|-----------|-----------|----------|
| Valdes priekšsēdētājs | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 480 | 5760 |
| Valdes loceklis | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 512 | 6144 |
| Sekretāre-grāmatvedis | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 4800 |
| Operators | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 4800 |
| Bārmenis | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 5040 |
| Bārmenis | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 420 | 5040 |
| Viesmīlis 1 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 4176 |
| Viesmīlis 2 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 4176 |
| Viesmīlis 3 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 348 | 4176 |
| Kopā | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 44112 |
| VSAOI | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 885,55 | 10626,58 |
| Riska nodeva | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 27 |

UIN nodokļa aprēķins 2014. un 2015. gadam (iepriekšējā gadā bija zaudējumi)**2014.g.**

| | 2014 |
|----------------------|-------|
| Peļņa pirms UIN | 16570 |
| Finanšu nolietojums | 2387 |
| Nodokļu nolietojums | 4867 |
| Iepr. g. zaudējumi | -9765 |
| Apliekamais ienākums | 4325 |
| UIN | 649 |

2015.g.

| | 2015 |
|----------------------|-------|
| Peļņa pirms UIN | 44886 |
| Finanšu nolietojums | 2387 |
| Nodokļu nolietojums | 134 |
| Iepr. g. zaudējumi | 16570 |
| Apliekamais ienākums | 63709 |
| UIN | 9556 |

Naudas plūsmas pārskats 2013. gadam (no 01.05.2013), LVL

| Periods | Maijs | Jūnijs | Jūlijs | Augusts | Septembris | Oktobris | Novembris | Decembris | 2013 |
|--|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Sākuma atlikums | 2000 | 28733 | 18347 | 16759 | 14417 | 6707 | 12561 | 13474 | 2000 |
| Naudas ieņēmumi | | | | | | | | | |
| Ieņēmumi no pārdošanas (tūlītēja samaksa) | | | | | | 9875,17 | 9482,46 | 9532,29 | 28890 |
| PVN | | | | | | 2073,78 | 1991,32 | 2001,78 | 6067 |
| Īstermiņa aizņēmumi | | | | | | | | | 0 |
| Aizņēmums no bankas A | 27000,00 | | | | | | | | 27000 |
| Kopā naudas ieņēmumi | 27000,00 | | | | | 11948,95 | 11473,77 | 11534,07 | 61957 |
| Naudas izdevumi | | | | | | | | | |
| Valsts nodevas, publikācija LV(+citi izdev.,saist.ar reģ.) | 190,00 | | | | | | | | 190 |
| Aizdevuma noformēšanas komisijas, citas komisijas | 77 | | | | | | | | 77 |
| Darba algas | | | | | | | 3676 | 3676 | 7352 |
| VSAOI | | | | | | | 886 | 886 | 1771 |
| Riska nodeva | | | | | | | 2 | 2 | 5 |
| Aizņēmuma pamatsumma | | 165 | 166 | 166 | 167 | 168 | 169 | 170 | 1171 |
| Aizņēmuma procenti | | 135 | 134 | 133 | 133 | 132 | 131 | 130 | 928 |
| Pamatlīdzekļu iegāde | | 10086 | | | | | | | 10086 |
| Izejvielu un materiālu iegāde (tūlītēja samaksa) | | | | | 4620 | 2469 | 2371 | 2383 | 11842 |
| Ūdens izmaksas | | | 36 | 37 | 35 | 31 | 42 | 40 | 221 |
| Elektroenerģijas izmaksas | | | 199 | 201 | 200 | 168 | 198 | 192 | 1158 |
| Apsardzes pakalpojumi | | | | | | | 42 | 10 | 52 |
| Sakaru izmaksas | | | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 95 |
| Nomas maksas | | | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 6228 |
| Reklāmas izmaksas | | | | 700 | 1501 | | | | 2201 |
| Kancelejas izdevumi un mazvērt. invent. iegāde | | | | 50 | | | | | 50 |
| UIN | | | | | | | | | |
| PVN valsts budžetā | 0 | 2118 | 53 | 211 | 1338 | 564 | 560 | 555 | 5398 |
| Samaksātais PVN | 0 | -2118 | -53 | -211 | -1338 | 1510 | 1431 | 1447 | 669 |
| Naudas izdevumi kopā | 267 | 10386 | 1589 | 2342 | 7710 | 6096 | 10561 | 10544 | 49493 |
| Neto naudas plūsma | 26733 | -10386 | -1589 | -2342 | -7710 | 5853 | 913 | 990 | 12464 |
| Beigu atlikums | 28733 | 18347 | 16759 | 14417 | 6707 | 12561 | 13474 | 14464 | 14464 |

Naudas plūsmas pārskats 2014. gadam ,LVL

| Periods | Janvāris | Februāris | Marts | Aprīlis | Maijs | Jūnijs | Jūlijs | Augusts | Septembris | Oktobris | Novembris | Decembris | 2014 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|
| Sākuma atlikums | 14464 | 15773 | 16786 | 17209 | 18376 | 19702 | 21242 | 23505 | 25721 | 27298 | 28728 | 29732 | 14464 |
| Naudas ieņēmumi | | | | | | | | | | | | | |
| Ieņēmumi no pārdošanas (tūlītēja samaksa) | 9995,55 | 9571,09 | 8730,38 | 9879,04 | 10999,18 | 10278,69 | 11264,70 | 11202,86 | 10350,41 | 11151,03 | 9559,00 | 10235,34 | 123217 |
| PVN | 2099,07 | 2009,93 | 1833,38 | 2074,60 | 2309,83 | 2158,52 | 2365,59 | 2352,60 | 2173,59 | 2341,72 | 2007,39 | 2149,42 | 25876 |
| Īstermiņa aizņēmumi | | | | | | | | | | | | | |
| Aizņēmums no bankas A | | | | | | | | | | | | | |
| Kopā naudas ieņēmumi | 12094,62 | 11581,02 | 10563,76 | 11953,64 | 13309,01 | 12437,21 | 13630,28 | 13555,46 | 12524,00 | 13492,75 | 11566,39 | 12384,76 | 149093 |
| Naudas izdevumi | | | | | | | | | | | | | |
| Valsts nodevas, publikācija LV(+citi izdev.,saist.ar reģ.) | | | | | | | | | | | | | |
| Aizdevuma noformēšanas komisijas, citas komisijas | | | | | | | | | | | | | |
| Darba algas | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 44112 |
| VSAOI | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 10627 |
| Riska nodeva | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 27 |
| Aizņēmuma pamatsumma | 171 | 171 | 172 | 173 | 174 | 175 | 176 | 177 | 178 | 178 | 179 | 180 | 2105 |
| Aizņēmuma procenti | 129 | 128 | 127 | 127 | 126 | 125 | 124 | 123 | 122 | 121 | 120 | 120 | 1493 |
| Pamatlīdzekļu iegāde | | | | | | | | | | | | | |
| Izejvielu un materiālu iegāde (tūlītēja samaksa) | 2499 | 2393 | 2183 | 2470 | 2750 | 2570 | 2816 | 2801 | 2588 | 2788 | 2390 | 2559 | 30804 |
| Ūdens izmaksas | 36 | 40 | 38 | 38 | 40 | 41 | 41 | 42 | 40 | 40 | 36 | 35 | 468 |
| Elektroenerģijas izmaksas | 216 | 190 | 151 | 169 | 197 | 193 | 200 | 201 | 202 | 200 | 186 | 185 | 2290 |
| Apsardzes pakalpojumi | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 123 |
| Sakaru izmaksas | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 332 |
| Nomas maksas | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 12457 |
| Reklāmas izmaksas | | | | | 750 | | | | | 750 | | | 1500 |
| Kancelejas izdevumi un mazvērt. invent. iegāde | | | | 100 | | | | | | | | | 100 |
| UIN | | | | | | | | | | | | | 649 |
| PVN valsts budžetā | 585 | 558 | 505 | 590 | 792 | 596 | 651 | 648 | 603 | 802 | 557 | 592 | 7480 |
| Samaksātais PVN | 1514 | 1452 | 1328 | 1484 | 1518 | 1563 | 1715 | 1705 | 1571 | 1540 | 1450 | 1557 | 18396 |
| Naudas izdevumi kopā | 10785 | 10569 | 10141 | 10787 | 11982 | 10898 | 11367 | 11340 | 10947 | 12063 | 10563 | 10872 | 132961 |
| Neto naudas plūsma | 1309 | 1012 | 423 | 1167 | 1327 | 1539 | 2264 | 2215 | 1577 | 1430 | 1004 | 1513 | 16132 |
| Beigu atlikums | 15773 | 16786 | 17209 | 18376 | 19702 | 21242 | 23505 | 25721 | 27298 | 28728 | 29732 | 31244 | 30596 |

Naudas plūsmas pārskats 2015. gadam, LVL

| Periods | Janvāris | Februāris | Marts | Aprīlis | Maijs | Jūnijs | Jūlijs | Avgusts | Septembris | Oktobris | Novembris | Decembris | 2015 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|
| Sākuma atlikums | 31244 | 34927 | 38248 | 41628 | 45400 | 48541 | 52988 | 57457 | 61347 | 65830 | 69168 | 73079 | 30596 |
| Naudas ieņēmumi | | | | | | | | | | | | | |
| Ieņēmumi no pārdošanas (tūlītēja samaksa) | 13106,97 | 12641,03 | 12684,40 | 13351,77 | 13400,77 | 14155,40 | 14187,61 | 13430,66 | 14221,17 | 13667,18 | 13429,76 | 12489,66 | 160766 |
| PVN | 2752,46 | 2654,62 | 2663,72 | 2803,87 | 2814,16 | 2972,63 | 2979,40 | 2820,44 | 2986,45 | 2870,11 | 2820,25 | 2622,83 | 33761 |
| Īstermiņa aizņēmumi | | | | | | | | | | | | | |
| Aizņēmums no bankas A | | | | | | | | | | | | | |
| Kopā naudas ieņēmumi | 15859,43 | 15295,64 | 15348,12 | 16155,64 | 16214,93 | 17128,04 | 17167,01 | 16251,10 | 17207,61 | 16537,29 | 16250,01 | 15112,49 | 194527 |
| Naudas izdevumi | | | | | | | | | | | | | |
| Valsts nodevas, publikācija LV(+citi izdev.,saist.ar reģ.) | | | | | | | | | | | | | |
| Aizdevuma noformēšanas komisijas, citas komisijas | | | | | | | | | | | | | |
| Darba algas | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 3676 | 44112 |
| VSAOI | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 886 | 10627 |
| Riska nodeva | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 27 |
| Aizņēmuma pamatsumma | 181 | 182 | 183 | 184 | 185 | 186 | 187 | 188 | 189 | 189 | 190 | 191 | 2234 |
| Aizņēmuma procenti | 119 | 118 | 117 | 116 | 115 | 114 | 113 | 112 | 111 | 110 | 109 | 108 | 1363 |
| Pamatlīdzekļu iegāde | | | | | | | | | | | | | |
| Izejvielu un materiālu iegāde (tūlītēja samaksa) | 3265 | 3149 | 3160 | 3326 | 3338 | 3526 | 3534 | 3346 | 3543 | 3405 | 3346 | 3111 | 40051 |
| Ūdens izmaksas | 35 | 39 | 30 | 38 | 38 | 38 | 40 | 42 | 46 | 41 | 40 | 39 | 466 |
| Elektroenerģijas izmaksas | 181 | 189 | 171 | 172 | 190 | 200 | 201 | 209 | 206 | 190 | 190 | 189 | 2287 |
| Apsardzes pakalpojumi | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 123 |
| Sakaru izmaksas | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 379 |
| Nomas maksas | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 1038 | 12457 |
| Reklāmas izmaksas | | | | | 750 | | | | | 750 | | | 1500 |
| Kancelejas izdevumi un mazvērt. invent. iegāde | | | | 100 | | | | | | | | | 100 |
| UIN | | | | | | | | | | | | | 9556 |
| PVN valsts budžetā | 740 | 718 | 715 | 772 | 915 | 799 | 802 | 764 | 806 | 930 | 760 | 710 | 9430 |
| Samaksātais PVN | 2013 | 1937 | 1949 | 2031 | 1899 | 2173 | 2178 | 2056 | 2181 | 1940 | 2061 | 1913 | 24331 |
| Naudas izdevumi kopā | 12177 | 11975 | 11968 | 12384 | 13074 | 12680 | 12698 | 12361 | 12724 | 13200 | 12339 | 11906 | 159042 |
| Neto naudas plūsma | 3683 | 3321 | 3380 | 3772 | 3141 | 4448 | 4469 | 3890 | 4483 | 3338 | 3911 | 3207 | 35485 |
| Beigu atlikums | 34927 | 38248 | 41628 | 45400 | 48541 | 52988 | 57457 | 61347 | 65830 | 69168 | 73079 | 76286 | 66081 |