

LATVIJAS UNIVERSITĀTE  
BIZNESĀ, VADĪBAS UN EKONOMIKAS FAKULTĀTE

**APĢĒRBU VEIKALA “ELEGANCE” DARBĪBAS  
IZVĒRTĒŠANA UN PILNVEIDOŠANA**

BAKALĀURA DARBS

**Autors: Agnija Bula**

Studenta apliecības Nr. Ab17069

Darba vadītāja: LU pasniedzēja, Mg. paed. Inta Kalniņa

KULDĪGA 2017

## ANOTĀCIJA

**Bakalaura darba autors:** Latvijas Universitātes profesionālās augstākās izglītības bakalaura studiju programmas *Komercdarbība un uzņēmuma vadība* studente **Agnija Bula**.

**Bakalaura darba zinātniskā vadītāja:** Mg.paed., **Inta Kalniņa**.

**Bakalaura darba tēma:** *Apģērbu veikala “Elegance” darbības izvērtēšana un pilnveidošana.*

**Bakalaura darba mērķis:** Izvērtēt apģērbu veikala “Elegance” saimniecisko darbību un izstrādāt uzņēmuma darbības pilnveidošanas iespējas.

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

- **Bakalaura darba pirmajā nodaļā,** izmantojot monogrāfisko metodi, tika apskatīti uzņēmējdarbības teorētiskie aspekti, tai skaitā uzņēmuma finansiālo un komercdarbību regulējošie normatīvie akti, uzņēmuma iekšējās un ārējās vides analīzes metode, kā arī saimnieciskās un finanšu analīzes būtību, un uzņēmuma saimnieciskās darbības analīzē pielietojamie finanšu rādītāji.
- **Otrajā nodaļā** tiek sniegts apģērbu veikala “Elegance” situācijas novērtējums, kura ietvaros tiek veikta apģērbu veikala iekšējās un ārējās vides analīze. Izmantojot ekonomiskās analīzes metodes, tiek veikta apģērbu veikala finanšu rādītāju izvērtēšana. Pielietojot SVID analīzi, tika novērtētas apģērbu veikala darbības stiprās un vājās puses, kā arī potenciālās iespējas un draudi.
- **Trešajā nodaļā** tiek izstrādāts apģērbu veikala “Elegance” pilnveidošanas projekts, kura ietvaros tiek izstrādāts apģērbu veikala internetveikals un izvērtēti ieguvumi, papildinot apģērbu veikala piedāvājuma klāstu.

**Pētījuma periods:** 2013 – 2016.gads.

Par **pētījuma avotiem** ir izmantota uzņēmējdarbības, finanšu, menedžmenta un biznesa vadības teorijas, Latvijas Republikas likumdošanas normatīvie akti, informācija no publiski pieejamiem interneta resursiem un apģērbu veikala npublicētā informācija.

**Bakalaura darba apjoms** ir 60 lpp. (bez pielikumiem). Bakalaura darbā iekļauti 12.attēli un 16.tabulas, bakalaura darbam ir pievienoti 6.pielikumi. Bakalaura darba veikšanai ir izmantoti 46 avoti, no kuriem 13. ir svešvalodās.

*Iegūto pētījumu var izmantot gan pētāmā, gan līdzīga rakstura uzņēmumu (kā pēc darbības veida, tā arī apjoma) darbības izpētei un pilnveidošanai caur tā finansiālās darbības novērtēšanu.*

## ANNOTATION

**Author of the bachelor's thesis:** Agnija Bula, a student at the professional higher education bachelor study programme "Commercial Activity and Company Management" at the University of Latvia.

**Scientific supervisor of the bachelor's thesis:** Mg. paed., Inta Kalniņa.

**Topic of the bachelor's thesis:** *Assessment and improvement of operations of clothing store "Elegance".*

**Purpose of the bachelor's thesis:** To assess economic operations of clothing store "Elegance" and to develop improvement paths for the company's operations.

The following generally accepted **research methods** (theoretical, empirical and data processing) were used:

- **First chapter of the bachelor's thesis** *employs monographic method to deal with business' theoretical aspects, including regulatory enactments binding upon the company's financial and commercial activities, analysis of the company's internal and external environment, as well as the essence of the financial and economic analysis and financial indicators applicable to the analysis of the company's economic operations.*
- **The second chapter** *assesses situation of clothing store "Elegance" providing analysis of the clothing store's internal and external environment. Through the use of economic analysis methods, the chapter gives details as to the analysis of the clothing store's financial indicators. SWOT analysis allowed to assess the clothing store's strengths and weaknesses, as well as opportunities and threats.*
- **The third chapter** *presents an improvement project of clothing store "Elegance", including development of the clothing store's online store and assessment of benefits from upgrading the clothing store's range of services.*

**Research period:** January 2013-October 2017

The bachelor's thesis employs business, finance, management and business management theory, regulatory enactments of the Republic of Latvia, information from publicly available online resources and the clothing store's unpublished information as **research sources**.

**The bachelor's thesis consists of** 60 pages (excluding annexes). The bachelor's thesis includes 12 figures and 16 tables; the bachelor's thesis has 6 annexes. The bachelor's thesis is drawn by using 46 sources and 13 out of these are in foreign languages.

*The study can be used for operational assessment and improvement of the researched company and other similar companies (with similar activities and size) by using the assessment of the financial operations.*

# SATURA RĀDĪTĀJS

<b>IEVADS</b> .....	6
<b>1. UZŅĒMĒJDARBĪBAS TEORĒTISKIE ASPEKTI</b> .....	8
1.1. Uzņēmuma finansiālo un komercdarbību regulējošie normatīvie akti .....	8
1.2. Uzņēmuma iekšējās un ārējās vides raksturojums .....	11
1.2.1. Iekšējā vide un tās faktoru analīzes metodes .....	11
1.2.2. Ārējā vide un tās faktoru analīzes metodes .....	16
1.3. Uzņēmuma saimnieciskās un finanšu analīzes būtība .....	18
1.4. Uzņēmuma saimnieciskās darbības finanšu rādītāji .....	21
<b>2. SITUĀCIJAS NOVĒRTĒJUMS APĢĒRBU VEIKALAM “ELEGANCE”</b> .....	31
2.1. Tirdzniecības nozares raksturojums Saldus pilsētā .....	31
2.2. Apģērbu veikala “Elegance” raksturojums .....	32
2.3. Apģērbu veikala “Elegance” iekšējās un ārējās vides faktoru novērtējums .....	33
2.3.1. Apģērbu veikala “Elegance” iekšējās vides faktoru analīze .....	33
2.3.2. Apģērbu veikala “Elegance” tieši ietekmējošās ārējās vides faktoru analīze .....	36
2.3.3. Apģērbu veikala “Elegance” netieši ietekmējošās ārējās vides faktoru analīze .....	38
2.4. Apģērbu veikala SVID analīze .....	41
2.5. Apģērbu veikala “Elegance” saimnieciskās darbības analīzes paņēmieni .....	41
2.5.1. Apģērbu veikala “Elegance” finanšu pārskatu horizontālā analīze .....	42
2.5.2. Apģērbu veikala “Elegance” finanšu pārskatu vertikālā analīze .....	44
2.6. Finanšu rādītāju aprēķināšana un analīze .....	46
2.6.1. Likviditātes rādītāju analīze .....	46
2.6.2. Rentabilitātes rādītāji .....	48
2.6.3. Aktivitātes rādītāju analīze .....	49
2.6.4. Maksātpējas rādītāju analīze .....	51

2.7. Otrās nodaļas kopsavilkums .....	52
<b>3. APĢĒRBU VEIKALA "ELEGANCE" PILNVEIDOŠANAS IESPĒJAS .....</b>	<b>54</b>
3.1. Internetveikala izveide apģērbu veikalam "Elegance" .....	54
3.2. Jauna piedāvājuma izveide apģērbu veikalam "Elegance" .....	56
<b>SECINĀJUMI.....</b>	<b>58</b>
<b>PRIEKŠLIKUMI.....</b>	<b>60</b>
<b>LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS.....</b>	<b>61</b>
<b>PIELIKUMI.....</b>	<b>64</b>

# IEVADS

## **Pētījuma aktualitāte**

Visi uzņēmumi darbojas vienotās ekonomiskās sistēmas ietvaros, un lai uzņēmumi spētu veiksmīgi konkurēt un pastāvēt šīs sistēmas ietvaros, uzņēmumu atbildīgajām personām ir jāspēj analizēt un izprast iekšējā un ārējā vidē notiekošos procesus, jo katra darbība, kura tiek veikta uzņēmuma darbības ietvaros ir iespējama tikai tādā gadījumā, ja vide sniedz iespēju realizēt šo darbību praktiski. Un lai uzņēmums spētu attīstīties, viņam ir nepieciešams noteikt darbības stratēģiju, un lai šo stratēģiju realizētu praktiskā darbībā, uzņēmuma vadībai ir jābūt padziļinātam priekšstatam gan par iekšējo vidi un tas potenciālu un attīstības tendencēm, gan arī par ārējo vidi.

Papildus jāapzinās, ka viena no centrālajām uzņēmējdarbības problēmām ir uzņēmuma konkurētspējas nodrošināšana. Tas skar ikvienu uzņēmuma darbības jomu un organizatorisko formu nodrošināšanu uzņēmuma iekšienē, kā arī menedžments ieņem svarīgu lomu, lai uzņēmējdarbība vispār būtu veiksmīga, jo no efektīvās pārvaldes un darba organizācijas ir atkarīga uzņēmuma dzīvotspēja.

Lai uzņēmums spētu veiksmīgi savu uzņēmējdarbību un nodrošināt konkurētspēju, ir nepieciešams regulāri veikt savu finanšu rādītāju analīzi un novērtēt tās sniegtās iespējas, un šādu mērķu sasniegšanai ik pēc laika ir jāveic uzņēmuma saimnieciskās darbības finanšu rādītāju analīzi, kuras rezultāti ir nozīmīgs informācijas avots, lai uzņēmuma vadība spētu pieņemt precīzus lēmumus uzņēmuma attīstībā.

Uzņēmuma saimnieciskās darbības finanšu rādītāju analīzes rezultāti palīdz uzņēmumam novērtēt, cik efektīvi tiek izsaimniekoti uzņēmuma finanšu resursi un novērtēt uzņēmuma saimnieciskās darbības rentabilitāti, likviditāti un maksātspējas/bankrota iespējamību.

Galvenie nosacījumi, lai uzņēmējdarbība būtu sekmīga, ir pozitīvi maksātspējas rādītāji un plaša pieeja finanšu resursiem. Tomēr ja uzņēmums neveic saimnieciskās darbības finanšu rādītāju analīzi un nenovērtē iegūtos rezultātus, tas var novest uzņēmumu pie nepamatotu finanšu līdzekļu izsaimniekošanas un zaudējumiem, kas var beigties ar uzņēmuma maksātspēju.

**Pētījuma objekts** – apģērbu veikals “Elegance”.

**Pētījuma priekšmets** – apģērbu veikala “Elegance” saimnieciskā darbība.

**Pētījuma mērķis** – Izvērtēt apģērbu veikala “Elegance” saimniecisko darbību un izstrādāt uzņēmuma darbības pilnveidošanas iespējas.

**Pētījuma uzdevumi:**

1. Apkopot un analizēt uzņēmējdarbības teorētiskos aspektus.

2. Veikt uzņēmuma situācijas novērtējumu, veicot iekšējās un ārējās vides, kā arī finanšu analīzi.
3. Izstrādāt apģērbu veikala “Elegance” darbības pilnveidošanas iespēju plānu.
4. Izvirzīt secinājumus un priekšlikumus.

**Hipotēze** – uzņēmuma attīstības stratēģijas izstrāde, pamatojoties uz iekšējo un ārējo vidi, paaugstināt uzņēmuma finanšu rādītājus.

**Pētījumu metodes:**

1. Monogrāfiskā metode specializētās literatūras analīzei pētījuma tēmas priekšmetā.
2. Ekonomiskā analīzes metode, t.sk., salīdzināšana analītisko rādītāju atspoguļošanai.
3. Grafiskā metode aprēķināto rādītāju grafiskai attēlošanai.
4. Analītiskā metode finanšu rādītāju rezultātu analīzei.
5. Loģiski konstruktīvā metode secinājumu un priekšlikumu izvirzīšanai.

**Pētījuma bāze** – mācību grāmatas latviešu, krievu un angļu valodās, zinātniskās publikācijas, kā arī citi publiski pieejamie resursi saistībā ar pētījuma tēmu.

**Pētījuma norises laiks un posmi** – pētījuma gaitā tiks analizēti uzņēmuma dati par laika periodu no 2013.gada līdz 2017.gadam.

# 1. UZŅĒMĒJDARBĪBAS TEORĒTISKIE ASPEKTI

Nodaļas ietvaros tiks veikta uzņēmējdarbības teorētisko aspektu apkopojums un analīze, ietverot uzņēmuma darbību ietekmējošās likumdošanas analīzi, iekšējās un ārējās vides analīzes metožu apkopojumu un uzņēmuma finanšu pārskatu analīzes metodes un rādītājus. Pamatojoties uz pirmajā nodaļā apskatīto teorētisko materiālu, otrajā nodaļā tiks veikta apgērbu veikala darbības praktiskā analīze.

## 1.1. Uzņēmuma finansiālo un komercdarbību regulējošie normatīvie akti

Uzņēmumiem, lai tie spētu veiksmīgi veikt uzņēmējdarbību un komercdarbību Latvijas teritorijā, ir jāievēro Latvijas Republikas likumdošanas normatīvos aktus, kuru ietvaros tiek regulēta uzņēmuma finanšu darbības pamatprasības.

### **Komerclikums**

Latvijas Republikā galvenais likums, kura ietvaros tiek regulēta uzņēmuma darbība, ir Komerclikums, kura ietvaros ir noteikti komercdarbības vispārīgie noteikumi - visas prasības attiecībā uz komercreģistru, kas ir uzņēmums un filiāle un cita uzņēmuma darbībai aktuāla un nepieciešamā informācija. Tāpat Komerclikuma ietvaros tiek regulēts viss, kas ir saistīts ar komercdarījumiem, komercsabiedrību reorganizāciju un visu pārējo, kas attiecas uz komercdarbību (Komerclikums, 2002).

### **Likums Par grāmatvedību**

Likuma Par grāmatvedību otrajā pantā ir norādīts, ka uzņēmuma pienākums ir kārtot grāmatvedību, un grāmatvedībā ir jāatspoguļo visi uzņēmuma saimnieciskie darījumi, kā arī katrs fakts vai notikums, kas rada pārmaiņas uzņēmuma mantas stāvoklī, un grāmatvedību ir jākārtot tā, lai kvalificēta trešā persona spētu gūt skaidru priekšstatu par uzņēmuma finansiālo stāvokli bilances datumā (Par grāmatvedību, 1993). Tādējādi uzņēmumiem, kuri vēlas Latvijas teritorijā veikt komercdarbību, ir jākārtot uzņēmuma grāmatvedība, pamatojoties uz likuma "Par grāmatvedību" prasībām, jo šī likuma ietvaros ir apkopoti visas grāmatvedības pamata kārtošanas prasības.

### **Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums**

Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma 2.pantā tiek norādīts, ka šis likums nosaka:

- 1) Gada pārskata saturu, tā sagatavošanas, revīzijas (pārbaudes), apstiprināšanas, iesniegšanas un publiskošanas kārtību, kā arī gada pārskatā atklājamās

informācijas apjomu, atvieglojumus un atbrīvojumus sadalījumā pa sabiedrību kategorijām.

- 2) Konsolidācijā iesaistāmās sabiedrības, atvieglojumus un atbrīvojumus koncerna mātes sabiedrībām, kā arī konsolidētā gada pārskata sagatavošanas, revīzijas (pārbaudes), apstiprināšanas, iesniegšanas un publiskošanas kārtību.
- 3) Par gada pārskata un par konsolidētā gada pārskatu sagatavošanu, revīziju (pārbaudi) un iesniegšanu atbildīgo personu (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums, 2016).

Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma 5.pantā ir norādītas sabiedrību iedalījums pēc kategorijām un saskaņā ar 5.panta 2.daļu uzņēmums SIA "ISSICO" atbilst mikrosabiedrības statusam, jo uzņēmums bilances datumā nepārsniedz vismaz divas no trim 5.panta 2.daļā norādītajiem kritērijiem – bilances kopsumma – 350 000 euro, neto apgrozījums – 700 000 euro un vidējais darbinieku skaits pārskata gadā – 10 (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums, 2016).

Būtisku ietekmi atstāj arī Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma III nodaļā norādītie kritērija par uzņēmuma gada pārskatu un finanšu pārskatu, jo tieši šajā nodaļā tiek noteikts, no ka ir jā sastāv uzņēmuma gada un finanšu pārskatam, un 9.panta 1.daļas ietvaros ir norādīts, ka mazas sabiedrības finanšu pārskats sastāv vismaz no bilances, peļņas vai zaudējumu aprēķina un finanšu pārskatu pielikuma (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums, 2016). 9.panta 3.daļā tiek norādīts, kas ir uzņēmuma bilance, 4.daļā tiek norādīts, kas ir uzņēmuma peļņas vai zaudējumu aprēķins un 5.daļā tiek norādīts, kas ir finanšu pārskata pielikums. Un turpmākās Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma nodaļās tiek detalizēti noteikts, pēc kādiem principiem uzņēmumiem ir jāveido savi gada un finanšu pārskati un citas normatīvas prasības (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums, 2016). Tādējādi arī uzņēmumam "Elegance" savā darbība ir jāievēro gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma prasības, ko uzņēmums arī dara.

### **Likums – par nodokļiem un nodevām**

Uzņēmumiem, kuri savu darbību veic Latvijas teritorijā, ir jāmaksā nodokļi un nodevas, saskaņā ar likuma "Par nodokļiem un nodevām" 8.pantu:

- Iedzīvotāju ienākuma nodoklis – LR likums "Par iedzīvotāju ienākuma nodokli".
- Uzņēmuma ienākuma nodoklis – LR likums "Par uzņēmumu ienākuma nodokli".
- Nekustamā īpašuma nodoklis – LR likums "Par uzņēmumu ienākuma nodokli".
- Pievienotās vērtības nodoklis – LR likums "Pievienotās vērtības nodokļa likums".
- Valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas – LR likums "Par valsts sociālo apdrošināšanu" (Par nodokļiem un nodevām, 1995).

## **Darba likums**

Darba likums regulē darba tiesiskās attiecības, un kā ir norādīts Darba likuma 2.pantā – šis likums un citi normatīvie akti, kas regulē darba tiesiskās attiecības, ir saistoši visiem darba devējiem neatkarīgi no to tiesiskā statusa un darbiniekiem, ja darba devēju un darbinieku savstarpējās tiesiskās attiecības dibinātas uz darba līguma pamata (Darba likums, 2002), un tā kā uzņēmums ‘‘Elegance’’ nodarbina darbiniekus tikai ar darba līgumiem, tad šis likums ietekmē uzņēmuma finanšu darbību, jo ja netiek ievērotas darbinieku tiesības uz darba laiku, uz atvaļinājumiem, kompensācijām un citām darba tiesisko attiecību niansēm, tad var rasties situācijas, ka uzņēmumam būs jāmaksā kompensācijas darbinieki un sodi valsts iestādēm, kas ietekmēs uzņēmuma finanšu rādītājus.

### **Ministru kabineta noteikumi Nr. 584 ‘‘Kases operāciju uzskaites noteikumi’’**

MK noteikumi Nr. 584 nosaka uzņēmuma, kas veic saimniecisko darbību saņemto un izdarīto skaidrās naudas maksājumu uzskaites kārtību (Kases operāciju uzskaites noteikumi, 2003). Noteikumu otrajā nodaļā tiek aprakstīta kārtībā, kādā veidā tiek kārtota kases grāmata. Noteikumu trešajā nodaļā tiek aprakstīti kases ieņēmumu un izdevumu orderi, izmaksu saraksti un citi iemaksu un izmaksu attaisnojuma dokumenti, kur tiek norādīts kam ir jāparaksta, kādi ir rekvizīti un citas nianšes, un noteikumu ceturtajā nodaļā ir uzskatīti kases operāciju uzskaitē atbildīgo amatpersonu atbildība un pienākumi (Kases operāciju uzskaites noteikumi, 2003).

### **Ministru kabineta noteikumi Nr. 585 ‘‘Noteikumi par grāmatvedības kārtošanu un organizāciju’’**

MK noteikumi Nr. 585 ir izdoti saskaņā ar Euro ieviešanas kārtības likumu un likumu ‘‘Par grāmatvedību’’. Noteikumi nosaka sabiedrības, kas veic saimniecisko darbību grāmatvedības kārtošanas un organizācijas prasības, un noteikumos tiek aprakstītas prasības attiecībā uz preču piegādes dokumentiem, attaisnojuma dokumentiem, grāmatvedības datorprogrammām, grāmatvedības organizācijas dokumentiem, prasības preču piegādes dokumentu reģistrācijai, aprakstīta inventarizācijas kārtība, grāmatvedības kontrole un grāmatvedības cikls (Noteikumi par grāmatvedības kārtošanu un organizāciju, 2003).

### **Ministru kabineta noteikumi Nr. 775 ‘‘Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma piemērošanas noteikumi’’**

MK noteikumi Nr. 775 ir izdoti saskaņā ar Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likumu. MK noteikumos tiek noteikta kārtībā, kādā finanšu pārskatā norāda notikumus pēc bilances datuma, grāmatvedības politikas maiņu, grāmatvedības aplēšu izmaiņas un kļūdas labojumus, pamatlīdzekļu novērtēšanas metodes, uzkrājumu, debitoru parādu, uzkrāto ieņēmumu un saistību, krājumu un citu bilances un peļņas vai zaudējumu pārskata posteņu detalizētu

uzskaites un kārtošanas prasības (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma piemērošanas noteikumi, 2016).

Apakšnodaļas ietvaros darba autore aprakstīja visus normatīvos aktus, kuri attiecās uz uzņēmuma komercdarbību un finanšu darbību.

## **1.2. Uzņēmuma iekšējās un ārējās vides raksturojums**

### **1.2.1. Iekšējā vide un tās faktoru analīzes metodes**

Uzņēmuma menedžmenta attīstība ir vairāku faktoru darbības rezultāts, kuri savu ietekmi veic gan uzņēmuma ārējā vide, gan arī iekš paša uzņēmuma jeb tā iekšējā vidē. Ņemot vērā, ka ārējas vides faktoru ietekme palielinās, iekšējie faktori ir noteicošie uzņēmuma funkcionēšanā un attīstīšanā.

Akadēmiķis A.S Vihanskis piedāvā sekojošu uzņēmuma iekšējās vides raksturojumu – ar uzņēmuma iekšējo vidi tiek saprasta tā kopējās vides daļa, kura atrodas uzņēmuma iekšienē. Šī vides daļa parāda pastāvīgo un tiešo iedarbību uz uzņēmuma funkcionēšanu. Iekšējai videi ir vairāki elementi, kuru kopējais stāvoklis norāda uz uzņēmuma attīstības potenciālu un iespēju skaitu, kuras uzņēmums spēj realizēt priekš attīstības (Вихански, 1998, 18).

Uzņēmuma iekšējai vide ir sadalīta sekojošās sadaļās, kuru stāvokļa izpēte ļauj pilnīgāk novērtēt uzņēmuma iespējas un attīstības potenciālu:

- Personāla sadaļa – menedžeru un darbinieku sadarbība; personāla atlase, apmācība un virzīšana; darba rezultātu novērtēšana un stimulēšana; attiecību veidošana un uzturēšana starp darbiniekiem utt.
- Organizēšanas sadaļa – komunikatīvie procesi, organizācijas struktūras, normas, noteikumi, procedūras, tiesību un atbildības sadalījums; darbinieku hierarhija.
- Ražošanas sadaļa – produktu ražošana, noliktavu apgāde un uzskaitē, tehnoloģiskā parka apkalpošana, pētījumu veikšana un izstrāde.
- Mārketinga sadaļa – viss, kas saistīts ar produkcijas realizēšanu – produkta stratēģija, cenu veidošanas stratēģija, produkta virzīšanas stratēģija tirgū, noieta tirgus un sadales sistēmas izvēle.

Pēc darba autores domām, veicot iekšējās vides izpēti, ir nepieciešams ņemt vērā, ka uzņēmums izveido savu sistēmu, kuru ir izveidojuši noteikti cilvēki, tādējādi uzņēmuma iekšējā vide ir pieņemto pārvaldes lēmumu rezultāts, bet tas nenozīmē, ka visus uzņēmuma iekšējā vidē notiekošos procesus spēj kontrolēt uzņēmuma vadība, un bieži ir situācijas, kad iekšējais faktors

jau ir, un uzņēmuma vadībai veicot savu darbu, ir jāpārvar šī faktora iedarbība, savas tiešās darbības ietvaros.

Uzņēmuma iekšējā vide ir dinamiska, kuras ietvaros visi iekšējās vides faktori tiek uzskatīti par mainīgajiem faktoriem, jo tie atrodas attīstības stadijā. Iekšējā vide ir savstarpēji vienotu elementu kopums, kuri tiek izdalīti no ārējās vides un ir apvienoti ar vienu mērķi vai ar kopīgu noteikumu kopumu. Uzņēmumu iekšējā vide var tikt raksturota ar sekojošām īpatnībām:

- Notiek savstarpējas iedarbības un pārmaiņu process, un iekšējo mainīgo pārveidošanās vēlamajā stāvoklī, kuram ir nozīme iekšējā vidē;
- Notiek maiņas process ar ārējo vidi, lai iegūtu resursus, informāciju, enerģiju, savas produkcijas noieta iespējas;
- Uzņēmums tiek raksturots ar produktivitātes rādītājiem, kurš tiek izteikts ar produkta apjoma attiecību pret izmaksām (Вихански, 1998, 20).

Uzņēmuma vides analīze ir iekšējās un ārējās vides kritiski svarīgo elementu noteikšanas process, kuri var atstāt ietekmi uz uzņēmuma spēju sasniegt savus izvirzītos mērķus.

Uzņēmuma iekšējās vides analīzes ietvaros tiek veikta vairāku svarīgu funkciju izpilde, kuras atstāj būtisku ietekmi uz uzņēmuma darbību:

- Raugoties no stratēģiskās plānošanas skatpunkta tiek uzlaboti vairāki svarīgi faktori, kuri ietekmē uzņēmuma ekonomisko stāvokli tagad un nākotnē uzskaiti.
- Raugoties no uzņēmuma politikas skatpunkta, ļauj radīt par uzņēmumu labāku skatījumu no citām tirgū iesaistītajām pusēm.
- Raugoties no tekošās darbības skatpunkta, uzņēmums tiek nodrošināts ar informāciju, kura ir nepieciešama, lai pēc iespējas efektīvāk pildītu darba funkcijas.

Uzņēmuma iekšējā vide rada tiešu ietekmi uz uzņēmuma ražošanas procesiem un produktu realizācijas apjomiem, kā arī labāk padodas kontrolei no uzņēmuma vadības puses. Šo iemeslu dēļ iekšējās vides analīzei jānotiek vienā līmenī ar ārējās vides analīzi un ir jābūt virzītais uz iespēju un potenciāla noteikšanu, kā arī uz uzņēmuma stipro un vājo pušu noteikšanu salīdzinājumā ar uzņēmuma konkurentiem darbības tirgū.

Nereti iekšējā vide tiek dēvēta par konkurences vidi, kuras ietvaros ir apvienoti faktori, kuru izpēte ir būtiska katra uzņēmuma darbībai, un uzņēmuma vadībai ir svarīgi saprast un orientēties iekšējās vides jautājumos, jo no tā ir atkarīga uzņēmuma darbības efektivitāte (Havaldor, 2006, 13) . 1.attēlā darba autore ir attainojusi iekšējās vides pamatelementu savstarpējās attiecības.



*1.attēls. Uzņēmuma iekšējā vide (pamatelementu savstarpējās attiecības)* (Praude, Menedžments, 2012, 96)

Viss uzņēmuma iekšējā vidē notiekošais ir savstarpēji saistīts, bet pamatā viss tiek virzīts tā, lai tiktu sasniegti izvirzītie uzņēmuma darbības mērķi.

**Mērķi un misija.** Mērķi ir tie rezultāti, kurus vēlas sasniegt uzņēmums savas darbības rezultātā. Mērķus izstrādā uzņēmuma vadība vai arī uzņēmuma vadības norīkotas personas, un tad par izvirzītajiem mērķiem tiek paziņots uzņēmuma darbiniekiem. Mērķi ļauj ierindas darbiniekam ieraudzīt kopējo uzņēmuma darbības ainu un parāda uzņēmuma darbības virzienu. Kopēji mērķi veicina sadarbības saišu nostiprināšanu iekšējā kolektīvā un sniedz darbiniekiem jēgu viņu veicamajam darbam (Praude, Menedžments, 2012, 96). Misija ir uzņēmuma vispārējs mērķis. Misijas formulēšanai uzņēmumam ir nepieciešams koncentrēt savu biznesa darbību vienā konkrētā virzienā, un visi pārējie uzņēmuma mērķi veidojas tā, lai realizētu uzņēmuma izvirzīto misiju.

**Organizācijas struktūra.** Organizācijas struktūra ir uzņēmuma nodaļu un struktūrvienību kopums un kā viņas savā starpā mijiedarbojas, tādējādi organizācijas struktūra atstāj savu ietekmi uz to, kā uzņēmums spēj adaptēties iekšējās vides pārmaiņām. Organizācijas struktūras veida izvēle ir atkarīga no sekojošiem faktoriem:

- Uzņēmuma saimnieciskās darbības organizatoriskā forma
- Uzņēmuma darbības veids (ražotās produkcijas veids un sortiments).
- Uzņēmuma lielums (ražošanas apjoms, personāla skaits).
- Darbības tirgus.
- Izmantotās tehnoloģijas.
- Informācijas plūsmas iekš un ārpus uzņēmuma.

- Resursu pietiekamības līmeņa (Организационная структура управления, b.g.).

Veicot organizācijas struktūras analīzi, ir ļoti svarīgi skatīties uz to, ka tieši šīs funkcijas tiek sadalītas starp nodaļām un kas šīs funkcijas kontrolē.

**Tehnoloģijas.** Tehnoloģijas no sevis izsaka procesu organizācijas kārtību uzņēmumā, un tehnoloģijas veicina uzņēmuma resursu (darba, laika, finanšu un materiālu) izmantošanas optimizāciju, un ja uzņēmuma vadība kopā ar darbiniekiem pielieto uzņēmuma rīcībā esošās tehnoloģijas prasmīgi un lietderīgi, tad ir iespējas veikt būtiskas pārmaiņas iekš uzņēmumā. Piemēram, uzlabojot un veicinot pārdošanas tehnoloģiju pielietojamību, uzņēmums savu piedāvāto produktu pārvērš saņemtajos ieņēmumos un peļņā, informācijas apstrādes nodaļa pārveido iegūtos datus informācijā, kura būs noderīga gan uzņēmuma pārvaldē, gan produktu realizācijai tirgū utt. (Souza - Silva, 2015).

**Cilvēkresursi.** Cilvēkresursi ir viens no galvenajiem faktoriem uzņēmuma pārvaldē, un šim faktoram piemīt trīs svarīgi aspekti:

- Kā cilvēki uzvedās, kad paliek vienatnē.
- Kā cilvēki uzvedās, kad viņi ir grupā.
- Kāds ir vadības uzvedības stils.

Uzņēmuma sastāvā ietilpstošo cilvēkresursu īpašību sapratne ir sarežģīta pārvaldes procesa daļa, bet tieši cilvēkresursi lielākajā daļā gadījumu nodrošina uzņēmuma noturīgu pozīciju tirgū. Tieši no cilvēkresursiem ir atkarīga uzņēmuma organizācijas kultūra, personāla sadaļa un daļēji organizatoriskā struktūra. Kādā veidā cilvēkresursi veic savu darbību iekš uzņēmuma, savu ietekmi atstāj gan formālie un neformālie līderi, gan vadība iekš grupas un subkultūras.

**Uzņēmuma kultūra.** Organizācijas kultūra tiek definēta kā kopīga vērtība, pieņēmumu kopumu un sistēmu, kura raksturo organizāciju un tās biedrus, kas attiecīgi nozīmē, ka organizācijas kultūru raksturo kolektīvā uzvedība, tas ir diagnosticējams, tās veido objektīvi fakti un kultūras nosaka organizācijas rezultātus (Cameron & Quinn, 2011, . 36). Veikt organizācijas kultūras raksturojumu ar vienu definīciju nav iespējams, jo katrs redz organizācijas kultūras ietvaros kaut ko savu – vai organizācijas ceremonijas, vai arī īpašu atmosfēru iekš kolektīva, vai arī saliedētības izjūtu. Visvienkāršajā organizācijas kultūras definīcija ir – noteikts vērtību un normu kopums, kuru pārstāv organizācijā esošie cilvēki un grupas, kas nosaka to, kā cilvēki mijiedarbojas savstarpēji un ar cilvēkiem ārpus tās (Шейн, 2002, 13).

Darba autore uzskata, ka uzņēmumam ir sava organizācijas kultūra, kas vieno visus uzņēmumā strādājošos uzņēmuma mērķu sasniegšanai un veicina to, ka visiem uzņēmuma darbiniekiem ir komfortabli strādāt šai uzņēmumā.

**SVID analīze.** Iekšējās vides analīzē visbiežāk tiek izmantota SVID metode, ar kuras palīdzību ir iespējams veikt uzņēmuma stipro un vājo pušu novērtējumu, kā arī izvērtēt, kādas ir uzņēmumam iespējas attīstīties un kas var apdraudēt uzņēmuma pastāvēšanu un attīstību. SVID analīzi veic, izveidojot matricu, kurā visi faktori tiek ierakstīti (skat. 1.tabula).

**1.tabula. SVID analīzes matrica** (Miles, Scott, & Breedon, 2012, 7)

Potenciālās uzņēmuma iekšējās stiprās puses	Potenciālās vājās iekšējās puses
Potenciālās iekšējās iespējas	Potenciālie iekšējie draudi

SVID analīzes pirmajā posmā tiek aizpildīta 1.tabulā attēlotā matrica, kura sniedz iespēju noteikt sakarības starp uzņēmuma stiprajām un vājajām pusēm, kā arī kādas iespējas ir uzņēmumam un arī kādi iespējamie draudi pastāv. Stiprās puses nosaka uzņēmuma konkurētspējīgas priekšrocības, un ir uzņēmuma attīstības stratēģijas pamatā. Savukārt vājās puses nosaka uzņēmuma ievainojamības pakāpi un analizējot tās, ir iespēja izstrādāt nākotnes korektējošās darbības. SVID analīzes kvadrantu aizpildīšana sniedz iespēju strukturēt uzņēmuma tekošo situāciju, un situācijas novērtēšanas process visspilgtāk izpaužas stratēģijas izstrādes fundamentālā procesā, kura ietvaros tiek noteiktas un novērtētas uzņēmuma stiprās un vājās puses.

Lai izstrādātu un formulētu stratēģiju, nākamajā posmā tiek noteikta saikne starp SVID analīzes matricas kvadrantiem un šādiem mērķiem tiek izveidota matrica (skat. 2.tabula).

**2.tabula SVID analīzes matrica stratēģijas izstrādei** (Miles, Scott, & Breedon, 2012, 8)

Iespējas	Draudi	
1.	1.	
2.	2.	
3.	3.	
Lauks "SP-I"	Lauks "SP-D"	Stiprās puses
1.	1.	
2.	2.	
Lauks "VP-I"	Lauks "VP - D"	Vājās puses

Saskaroties stiprām un vājām pusēm, kā arī iespējām un draudiem izveidojas četri lauki. Tad ir nepieciešams izanalizēt iespējas pāra kombinācijas un ierakstīt tās, kuras ir nepieciešams ņemt vērā, izstrādājot stratēģiju. Laukā SP-I tiek rakstītas stipro pušu izmantošanas perspektīvas, lai izmantotu tirgus radītās iespējas. Laukā VP-I tiek ierakstītas perspektīvas, lai izmantojot iespējas, novērstu vājās puses. Laukā SP-D tiek formulēts, ka stiprās puses var izmantot, lai

novērstu draudus, savukārt laukā VP-D ir jāatspoguļo, kādas vājās puses var pretnostatīt draudiem.

Lai novērtētu tirgus iespēju un risku attiecību, ir nepieciešams atbildēt uz sekojošiem jautājumiem:

- Kādi ir uzņēmuma darbības nozares ekonomiskie, tehniskie un materiālie raksturojumi;
- Kādas ir attīstības tendences ekonomiskajā un tehniskajā sakarā, tajā nozarē, kurā strādā uzņēmums;
- Noskaidrot galvenās konkurences raksturojumus iekš nozares un starp dažādām biznesa sfērām;
- Jānosaka, kas ir nepieciešams, lai veidotu veiksmīgu darbību nozarē un lai uzvarētu konkurences cīņā;
- Izdalīt uzņēmumam pieejamo stratēģiju sarakstu, pie esošajiem ekonomiskajiem, tehniskajiem, sociāliem un politiskajiem faktoriem, un kuri pa tiešo skar uzņēmuma darbības nozari (Eglāja, 2013).

Pirmais solis, lai izvēlētos pievilcīgāko iespēju – noskaidrot, cik sekmīgi uzņēmums var izmantot esošās perspektīvas.

Uzņēmuma kompetence (tā iespējas) ir uzņēmuma spēja sasniegt noteiktus mērķus, neskatoties uz nelabvēlīgu faktoru ietekmi vai konkurenci.

SWOT analīze ir universāls instruments stratēģiskai un taktiskai analīzei. SWOT analīzes izmantošanas lauks var būt stratēģiskā analīze, kopējā un mērķa taktiskā analīze, funkcionālā analīze (produktu analīze, mārketinga analīze, finanšu analīze utt.).

### **1.2.2. Ārējā vide un tās faktoru analīzes metodes**

Pēc savas būtības uzņēmums ir atvērta sistēma, kura var pastāvēt tikai tādā gadījumā, ja tiks veikta aktīva mijiedarbība ar ārējo vidi un tās ietekmes faktoriem. Ņemot vērā analizējamā uzņēmuma lielumu, darba autore bakalaura darba ietvaros analizēs tikai tieši ietekmējošas ārējās vides faktoru ietekmi uz uzņēmuma darbību.

Tieši ietekmējošā ārējās vides faktori ir tie, kuri tieši ietekmē uzņēmuma darbību un tā uzņēmējdarbības spējas – piegādātāji, patērētāji, klienti, konkurenti, starpnieki un saskarsmes auditorija (Baumol & Blinder, 2015, 12).

*Piegādātāji.* Piegādātāji ir dažādi saimniekošanas subjekti, kuri nodrošina uzņēmumu ar materiāli – tehniskiem, kā arī enerģētiskiem resursiem, kuri ir nepieciešami uzņēmumam, lai ražotu savu preci vai pakalpojumu. Tādējādi piegādātāji, kā materiālo un citu resursu veidu

īpašnieki var pa tiešo ietekmēt uzņēmumu, radot tam atkarību no resursiem. Katram uzņēmumam ir svarīgi, lai piegādes tiktu nodrošinātas regulāri un tādā daudzumā, kurš ir nepieciešams uzņēmumam. Un šādos apstākļos piegādātāji kā monopolisti var nepamatoti paaugstināt resursu cenas (Селезнев, 2010). Tādā veidā, draudzīgu attiecību uzturēšana ar piegādātājiem ir viens no mārketinga politikas elementiem.

*Konkurenti.* Piegādātāji ir dažādi saimniekošanas subjekti, kuri nodrošina uzņēmumu ar materiāli – tehniskiem, kā arī enerģētiskiem resursiem, kuri ir nepieciešami uzņēmumam, lai ražotu savu preci vai pakalpojumu. Tādējādi piegādātāji, kā materiālo un citu resursu veidu īpašnieki var pa tiešo ietekmēt uzņēmumu, radot tam atkarību no resursiem. Katram uzņēmumam ir svarīgi, lai piegādes tiktu nodrošinātas regulāri un tādā daudzumā, kurš ir nepieciešams uzņēmumam. Un šādos apstākļos piegādātāji kā monopolisti var nepamatoti paaugstināt resursu cenas (Oļevskis, G., 2003, 160). Draudzīgu attiecību uzturēšana ar piegādātājiem ir viens no mārketinga politikas elementiem.

*Patērētāji.* Patērētāji ir potenciālie uzņēmuma pircēji un klienti. Patērētāji tiek iedalīti dažādos veidos, atkarībā no to veida:

- Patērētāju (mājsaimniecības, kuras iegādājās preces privātam patēriņam);
- Ražotāju (organizācijas, kuras iegādājās produkcijas priekš ražošanas nodrošināšanas);
- Starpnieki, kuri iegādājās preces un pakalpojumus, lai pārdotu tos tālāk peļņas gūšanai;
- Valsts iestādes (produkcijas vairumpircēji, kuri iegādājās preces priekš valsts);
- Starptautisko (ārvalstu pircēji iepriekš aprakstītajos tirgos).

Visi šīs patērētāju grupas atstāj ietekmi uz vidi, ka maina pieprasījuma struktūru, radot jaunas prasības precēm (kvalitātei, cenai, funkcionalitātei, dizainam utt.) un uzstāda noteiktu cenu līmeni. Ražotājs arī var ietekmēt patērētāju, piedāvājot tam jaunu produktu ar uzlabotiem parametriem, paaugstināt servisa apkalpošanu, un samazinot cenas. Patērētājs ir subjekts, kurš ietekmē uzņēmuma attīstību, un tieši šī iemesla dēļ mūsdienu uzņēmumi tiecās pēc tā, lai sameklētu savu patērētāju.

*Starpnieki* Mārketinga starpnieki ir saimnieciskie subjekti (juridiskās vai fiziskās personas), kuri veicina uzņēmuma produkcijas virzīšanu, izplatīšanu un noietu. Pie starpniekiem tiek attiecināti tirdzniecības starpnieki, uzņēmumi – speciālisti preču virzīšanā, aģentūras, kuras nodrošina mārketinga pakalpojumus, kredītiestādes un finanšu iestādes. Starpnieki nodrošina:

- Preču fizisku pārvietošanu no tās ražošanas vietas līdz pārdošanas vai patērēšanas punktiem, to uzkrājumu un tālākās pārdošanas sagatavošanu;

- Darījumu kredīta atbalstu un risku apdrošināšanu, ja prece tiek bojāta vai pazaudēta;
- Preču pārdošanu;
- Palīdzību pircēju sameklēšanā, reklāmas darbos, noieta stimulēšanā un tālākas pārdošanas servisa uzturēšanā (Baumol & Blinder, 2015,12).

*Saskarsmes auditorija.* Šajā kategorijā ietilpst uzņēmumi, kuri izrāda reālu vai potenciālu interesi par uzņēmuma darbību, un ar savu veikto darbību atstāj ietekmi uz uzņēmuma spēju sasniegt tā izvirzītos mērķus, kā arī spēj atstāt būtisku ietekmi uz uzņēmuma darbības rezultātiem. Pie saskarsmes auditorijas tiek pieskaitītas sekojošas kategorijas:

- Valsts iestādes – nodokļu dienesti, statistikas datu vākšanas dienesti, licenzēšanas, sanitāro, ekoloģisko un citu veidu uzraudzības un kontroles dienesti.
- Novadu un citas lokālas valsts pārvaldes struktūras.
- Sabiedrība – arodbiedrības, patērētāju apvienības utt.
- Audita un konsaltinga uzņēmumi.
- Masu mediji – TV, laikraksti, radio, interneta mediji.

Pēc darba autores domām, tieši saskarsmes auditorijai, pateicoties interneta tehnoloģiju izplatībai ir liela nozīme, jo lielākā daļa uzņēmumu ir pārstāvēta sociālos tīklos un viens neveiksmīgs ieraksts var novest pie tā, ka uzņēmums pazaudē daļu klientu, tādējādi viens no uzņēmuma veiksmīgas darbības pamatiem ir pareiza komunikācija.

### **1.3. Uzņēmuma saimnieciskās un finanšu analīzes būtība**

Uzņēmuma darbības un vadības lēmumu pieņemšana nav iedomājam bez finanšu stāvokļa novērtēšanas un salīdzināšanas ar iepriekšējo gadu rādītājiem, kas reizē sniedz iespēju uzņēmumam gūt panākumus nākotnē (Kjells, 2002, 105).

Uzņēmuma vadīšana ir pārvaldes funkciju realizēšanas process, kurš ir saistīts ar neskaitāmu saimniecisko operāciju veikšanu, kuras kopā veido uzņēmuma saimniecisko darbību. Uzņēmuma saimnieciskās darbības analīze ir jāveic, pirms tiek pieņemti svarīgi lēmumi, kuri ietekmē uzņēmuma darbības nākotni, un tai ir jāpamatojas uz uzņēmuma vadītāja lēmumiem un rīcību, kā arī ir jāņem vērā, ka ir nepieciešams zinātnisks pamatojums uzņēmuma vadīšanas procesā, kā arī noteikti ir jānodrošina pieņemto lēmumu objektivitāte un efektivitāte (Rurāne, 2006, 120).

Saimnieciskās darbības analīze ir viena no uzņēmuma pārvaldīšanas funkcijām ,un tās saturā tiek iekļauts:

- Uzņēmuma vadības lēmumu izpilde un resursu efektīva izmantošana.

- Efektivitātes paaugstināšana iekšējo rezervju meklēšanā.
- Ieteikumu izstrāde rezervju izmantošanai (Krogzeme, H., 2010, 365).

Veicot saimnieciskās darbības analīzi, ir jāņem vērā, ka tai ir jābūt:

- Objektīvai, tiešai un konkrētai.
- Efektīvai.
- Zinātniski pamatotai.
- Operatīvai.
- Praktiski lietojamai un izmantojamai.
- Kompleksai (Rurāne, M., 2005, 123).

Galvenā saimnieciskās darbības analīzes sastāvdaļa ir finanšu analīze, kuras ietvaros tiek pētīts uzņēmuma finanšu un ekonomiskais stāvoklis, un tiek pieņemti lēmumi, kuri ir saistīti ar kapitāla, naudas plūsmas un peļņas vadīšanu. Un šādas analīzes mērķis ir izpētīt naudas apgrozījuma svarīgākos aspektus un izstrādāt pasākumus saimnieciskā subjekta finanšu stāvokļa stiprināšanai (Rurāne, M., 2007, 140). Finanšu analīzes ietvaros tiek analizēti iepriekšējo gadu finanšu pārskatu rādītāji, bet “tos rādītājus, kas ietverti katra pārskata periodos, nevar mainīt. Tā ir vēsture, bet izprast to, kā pagājušā gada rādītāji saistīti viens ar otru, vairumam uzņēmumiem nozīmēm pievērst uzmanību kritiskajiem saimnieciskās darbības mainīgajiem rādītājiem, kas savukārt var palīdzēt uzlabot darbību nākotnē. Ar pārskatu analīzi uzņēmums iegūst virkni atslēgas rādītāju, kas gan izolēti, gan vairāku periodu kontekstā sniedz vērtīgu informāciju un dod pamatu slēdzieniem, kas palīdz paaugstināt uzņēmuma rentabilitāti. Parasti ir iekšēja un ārējā pārskatu analīze. Ārējie lietotāji ir investori, konkurenti, klienti, kuriem ir pieeja tikai oficiālajiem pārskatiem un vispārējai informācijai. Iekšējie lietotāji ir uzņēmuma darbinieki. Viņiem ir pieejami arī uzņēmuma izmaksu rādītāji un cita detalizēta informācija. Bankas un citas institūcijas ir starpnieki, kas finansē uzņēmumu (Kjells, 2002, 309).” Tādējādi varam secināt, ka uzņēmuma finanšu analīze ir ļoti svarīgi, pētot uzņēmuma konkurences jautājumus un lai uzņēmuma veiktā darbība spētu pildīt savu galveno uzdevumu – gūt peļņu.

Ja uzņēmuma vadība vēlās veikt vispusīgu uzņēmuma darbības analīzi, ir nepieciešams veikt ne tikai finanšu analīzi, bet ir arī jāveic ekonomiskā analīze, jo finanšu analīzes ietvaros tiek veikta tikai naudas operāciju analīze, kas neparāda visu uzņēmumā notiekošo procesu ainu. “No vienas puses, tas ir pluss, jo var viegli un vienkārši piesaistīties neregulētas grāmatvedības uzskaites datiem, kuri vienmēr ir naudas izteiksmē. No otras puses, ja analīze aprobežojās tikai ar naudu, tad netiek ņemta vērā uzņēmuma mantiskā puse. Piemēram, saražotās vienības, kādā laikā un cik ekonomiski, strādājošs personāls un tā darba ražīgums, kā arī iekārtu izmantošana

(Breslava, 2003)”, un lai sniegtu risinājumu uzskaitītājiem uzdevumiem, finanšu analīze ir jāveic pēc iespējas daudzveidīgāk.

Uzņēmuma finanšu analīze pamatojas uz grāmatvedības iedalījumu vadības un finanšu grāmatvedībā. Finanšu analīze ir finanšu pārskatu un formācijas izmantošana (Krogzeme, H., 2010, . 365), jo visa nepieciešamā informācija, lai veiktu finanšu analīzi, ir parādīta uzņēmuma pārskatos, un no tiem izmanto sekojošus pārskatus:

- Uzņēmuma gada bilanci.
- Uzņēmuma peļņas vai zaudējumu pārskatu.
- Naudas plūsmas pārskatu.
- Paskaidrojumus pie bilances un peļņas vai zaudējumu pārskata.
- Vadības grāmatvedības datus.

Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma 8.pants 1.daļā ir teikts, ka sabiedrībai ir pienākums sagatavot gada pārskatu par katru pārskata gadu likuma “Par grāmatvedību” izpratnē. Un Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskata likuma 8.panta 2.daļā ir norādīts, ka sabiedrības gada pārskats kā vienots kopums sastāv no finanšu pārskata un vadības ziņojuma (Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums, 2016).

Uzņēmuma finanšu analīzes galvenie uzdevumi ir:

- Uzlabot sabiedrības finanšu resursu pārvaldīšanas efektivitāti.
- Uzlabot risku vadību un izstrādāt efektīvu resursu izmantošanas metodi.
- Prognozēt nākotnes perspektīvas, balstoties uz esošajiem rādītājiem.
- Noteikt precīzu uzņēmuma finansiālo stāvokli (Krogzeme, H., 2010, 365).

Uzņēmuma finanšu analīze tiek iedalīta arī iekšējā un ārējā finanšu analīzē, par pamatu ņemot izmantojamo materiālu sastāvu, kā arī mērķi, dēļ kura tiek veikta finanšu analīze. Darba autore finanšu analīzes iedalījumu un to pielietojumu ir attēlojusi 3.tabulā.

**3.tabula. Finanšu analīzes veidi un pielietojums** (Krogzeme, H., 2010, 370)

<b>Finanšu analīzes veids</b>	<b>Iemesls, kādēļ tiek veikta finanšu analīze</b>
Ārējā finanšu analīze	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lai veiktu uzņēmuma likvidspējas, maksātspējas un finansiāla stāvokļa analīzi.</li> <li>2. Peļņas rādītāju analīzes veikšanai.</li> <li>3. Bankrota iespēju novērtēšanai.</li> <li>4. Pašu un aizņemtā kapitāla izmantošanas efektivitātes noskaidrošanai.</li> </ol>
Iekšējā finanšu analīze	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktūrvienību darbības nepilnību analīze.</li> <li>2. Produktu faktiskās pašizmaksas salīdzināšanai ar plānoto.</li> <li>3. Konkrētā produkta pašizmaksas noteikšanai.</li> </ol>

3.tabulā darba autore attēlojusi, kādu iemeslu dēļ tiek veikta ārējā un iekšējā finanšu analīze. Iekšējā finanšu analīze parasti ir padziļinātāka nekā ārējā finanšu analīze, jo iekšējās analīzes procesā tiek izmantoti uzņēmuma grāmatvedības dati, kuri nav pieejami publiskos avotos, piemēram Lursoft.

Lai atbildīgās personas spētu uzlabot uzņēmuma finansiālo stāvokli, pamatojoties uz iekšējās un/vai ārējās finanšu analīzes laikā iegūtajiem datiem, ir nepieciešams izmantot korektus un patiesus datus, tad arī iegūtie rezultāti būs maksimāli korekti un patiesi, un pamatojoties uz tiem, uzņēmuma vadība spēs pieņemt pareizos lēmumus par uzņēmuma finanšu situācijas uzlabošanu.

#### **1.4. Uzņēmuma saimnieciskās darbības finanšu rādītāji**

Uzņēmumu vadītājiem un citām ieinteresētām pusēm ir nepieciešams regulāri veikt uzņēmuma finanšu darbības novērtēšanu, kā arī jāspēj novērtēt maksimāli precīzi virzienus, kurā uzņēmumam attīstīties, un to ir iespējams izdarīt, pielietojot finanšu analīzes metodes:

- Uzņēmuma finansiālo rādītāju salīdzinājumu ar tajā pašā nozarē strādājošiem uzņēmumu rādītājiem vai vidējiem uzņēmuma darbības nozares rādītājiem.
- Paša uzņēmuma rādītāju salīdzinājums par iepriekšējiem periodiem, un novērtējot tendences.
- Finanšu koeficientu iegūšana un to salīdzināšana ar ideāliem vai normatīviem rādītājiem (Rurāne, M., 2007, 266).

Atkarībā no tā, kādi ir uzņēmuma veiktās finanšu analīzes mērķis, tiek izmantoti ekonomiskie rādītāji vai arī pastāv iespēja izmantot to kombināciju, kas sniedz uzņēmuma darbības kvalitatīvu vai kvantitatīvu novērtējumu (Krogzeme, 2013, 311).

Uzņēmuma darbības novērtējumu ekonomiskie rādītāju iedalījums ir šāds:

- Uzņēmuma ekonomiskā potenciāla rādītāji.
- Uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītāji.
- Uzņēmuma darbības efektivitātes rādītāji.
- Uzņēmuma finansiālā stāvokļa un maksātspējas rādītāji.
- Uzņēmuma konkurētspējas rādītāji (Krogzeme, 2013, 310).

Pastāv iespēja šos ekonomiskos rādītājus apvienot vienā sistēmā, un šī sistēma saucās par finanšu rādītāju sistēmu, kura tiek iedalītas piecās grupās:

- 1) Efektivitāte (rentabilitāte un ienesīgums) – parāda uzņēmuma spēju gūt peļņu.

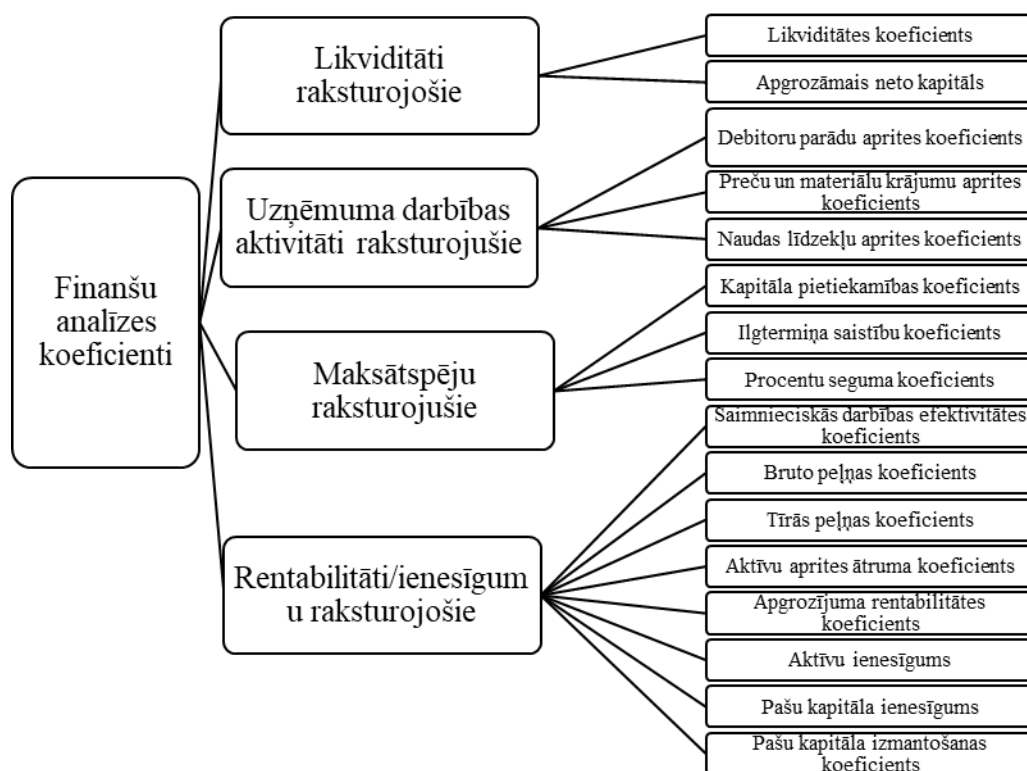
- 2) Likviditāte – parāda uzņēmuma spēju segt savas īstermiņa saistības.
- 3) Kapitāla pietiekamība jeb maksāspēja – raksturo uzņēmuma kapitāla struktūru un finansiālo neatkarību.
- 4) Aktivitāte – parāda, cik efektīvi uzņēmums izmanto savus resursus, lai gūtu ienākumus.
- 5) Izdevumu struktūra uzņēmuma apgrozījumā (Ефимова, 2010, 102).

Šiem rādītājiem uzņēmuma finanšu stāvokļa vērtējumam ir vairāki aspekti (skat. 4.tabula).

**4.tabula. Finanšu stāvokļa vērtējuma aspekti** (Pelše, G.; Ruperte, I., 2009, 211)

<b>Kritērijs</b>	<b>Rādītāji</b>
<b>Likviditāte</b> – spēja dzēst saistības	Tekošā likviditāte. Kopējā likviditāte. Maksāspēja. Apgrozāmo līdzekļu rezerve.
<b>Stabilitāte</b> – atkarība no kreditoriem	Pašu kapitāla daļa Saistību daļa Saistību proporcija Kredītprocentu segums.
<b>Rentabilitāte</b> – procentuālā (relatīvā peļņa)	Realizācijas rentabilitāte Operatīvās darbības rentabilitāte Aktīvu rentabilitāte Pašu kapitāla rentabilitāte
<b>Atdeve un aprīte</b> – uzņēmuma līdzekļu izmantošana.	Aktīvu atdeve Īlgtermiņa ieguldījumu atdeve Pašu kapitāla atdeve Apgrozāmo līdzekļu aprīte Krājumu aprīte Prasību apmaksā
<b>Dinamika</b> – ieņēmumu, peļņas, aktīvu, pašu kapitāla izmaiņas	Absolūtās izmaiņas Relatīvās izmaiņas

Pēc darba autores domām 2.nodaļā tiks veikta analīze pamatojoties uz šo informāciju, ir finanšu koeficientu analīze. 2.attēlā darba autore ir attēlojusi uzņēmuma analīze izmantojamās finanšu koeficientus.



**2.attēls. Uzņēmuma analīzē pielietojamie finanšu koeficienti** (Praude, Finanšu instrumenti II, 2010, 402)

Finanšu koeficientu rādītāji palīdz iegūt informāciju par uzņēmuma saimnieciskās darbības novērtēšanu, secinājumu veikšanu un rekomendāciju izstrādāšanu (Zariņa, V.; Strēle, I., 2009, 95) un tie tiek iedalīti piecās grupās:

- Likviditātes rādītāji.
- Aktivitātes rādītāji.
- Finansiālās stabilitātes rādītāji.
- Finanšu parāda seguma rādītāji.
- Rentabilitātes rādītāji.

Likviditātes rādītāji ir rādītāji, ar kuru palīdzību uzņēmuma atbildīgas personas novērtē uzņēmuma spēju atmaksāt (Alsina R., Bojarenko J., Marinska K., 2011, 85) uzņēmuma īstermiņa saistības (Januška, M., 2005, 104), savukārt iegūtais rezultāts parāda, kādā apjomā uzņēmuma rīcībā ir likvīdu aktīvu apjoms, lai dzēstu savas īstermiņa saistības, t.i., kādā apjomā uzņēmuma rīcībā ir likvīdu aktīvu uz 1 īstermiņa saistību eiro.

Likviditātes rādītāju novērtēšanai izmantojamās formulas darba autore ir attēlojusi 5.tabulā.

5.tabula. Likviditātes rādītāju formulas (Krogzeme, 2013, 205)

Rādītājs	Formula	Optimālais rādītāja lielums
Kopējā likviditāte	Apgrozāmie līdzekļi/īstermiņa saistības	Robežās no 1 – 2
Starpseguma likviditāte	(Apgrozāmie līdzekļi – krājumi) / īstermiņa saistības	Ražošanas uzņēmumiem – 1, - ,tirdzniecības uzņēmumiem – 0,7 – 0,8
Absolūtā likviditāte	Naudas līdzekļi/īstermiņa saistības	Jo lielāks, jo vairāk maksāšanas līdzekļu apjoms parādu apmaksai. Bankas, izsniedzot kredītu, pielieto 0,2 – 0,25 kritēriju.

Absolūtās likviditātes rādītājs parāda, cik lielu īstermiņa saistību daļu uzņēmums spēj segt tuvākā laika posmā. Absolūtās likviditātes rādītājs ir viens no drošākajiem likviditātes rādītājiem. Kā var redzēt 5.tabulā, tad noteiktu kritērija šim rādītājam nav, bet jo viņš ir lielāks, jo uzņēmuma rīcībā ir maksāšanas līdzekļu savu saistību segšanai. Savukārt komercbankas izsniedzot kredītus, pielieto kritēriju robežās no 0,2 – 0,25 vienībām.

Kopējās likviditātes rādītājs ne vienmēr sniedz nepieciešamo informāciju personai, kura veic analīzi, jo:

- Neliels daudzums naudas līdzekļu daudzums uzņēmuma norēķinu kontos un kasē ir pilnīgi ierasta un normāla prakse (Fridson , M.; Alvarez, F., 2011, 263).
- Naudas līdzekļu apjoms var krasi svārstīties, bet ir jāņem vērā, ka likviditātes rādītāji tiek aprēķināti uz konkrētu datumu, un tādējādi iegūtie rādītāja lielumi ne vienmēr atspoguļo reālo situāciju (Saksonova, S., 2006, 45).

Kopējās likviditātes rādītājs no sevis izsaka īstermiņa saistību un visu uzņēmuma rīcībā esošo apgrozāmo līdzekļu attiecību, tādējādi šis rādītājs parāda uzņēmuma spēju segt savas īstermiņa saistības, izmantojot visus savā rīcībā esošos apgrozāmos līdzekļus (Alsiņa R., Bojarenko J., Marinska K., 2011, 104). Rādītājam ir jābūt robežās no 1 -2, un rādītājs parāda likviditāti uz noteiktu datumu, tādējādi atspoguļot statiku (Krogzeme, 2013, 215). Veicot kopējās likviditātes rādītāja analīzi galvenā uzmanība ir jāpievērš apgrozāmo līdzekļu sastāvam, piemēram nevajadzīgus maksāšanas līdzekļus var veidot novecojuši ražošanas krājumi un šaubīgie debitoru parādi (Krogzeme, 2013, 215).

Aprēķinot starpseguma likviditātes rādītāju, tiek izvērtēta uzņēmuma spēja atmaksāt īstermiņa saistības, izmantojot apgrozāmos līdzekļus, kuru summa ir samazināta par krājumu summu, jo krājumi tiek uzskatīti par nelikvīdiem apgrozāmiem līdzekļiem (Altman, E.; Hotchkiss, E., 2006, 45). Kā var redzēt 4.tabulā, tad starpseguma likviditātes rādītājam ražošanas uzņēmumiem ir jābūt vismaz 1, bet tirdzniecības nozares uzņēmumiem vismaz robežās no 0,7 – 0,8 vienībām (Krogzeme, 2013, 216).

Pēc tam, kad ir veikta likviditātes rādītāju aprēķināšana, ir iespējami divi scenāriji:

- Iegūtie likviditātes rādītāji nepārsniedz normu, tad uzņēmuma atbildīgām personām ir jāpievērš uzmanība uzņēmuma īstermiņa saistībām un to apmaksai.
- Iegūtie likviditātes rādītāji ievērojami pārsniedz normu, kas attiecīgi parāda neefektīvu līdzekļu izmantošanu (Krogzeme, 2013, 217).

Pēc darba autores domām, uzņēmumu atbildīgām personām ir nepieciešams ik pēc noteikta laika sekot uzņēmuma likviditātei, lai laicīgi atklātu un novērstu iespējamās problēmas ar īstermiņa saistību segšanu, ja tāda ir nepieciešama.

**Rentabilitātes rādītāji** ir relatīvi rādītāji, kuri raksturo uzņēmuma darbības finanšu rezultātu, uzņēmuma darbības ienesīguma līmeni un kopējo efektivitāti. Izmantojot rentabilitātes rādītājus, tiek vērtēta uzņēmuma ienesīguma līmenis no dažādām pozīcijām un tiek sagrupēti atkarībā no ekonomiskā procesa dalībnieku interesēm (Rurāne, 2006, 105).

Rentabilitātes rādītājus ir iespējams iedalīt vairākās grupās:

- Rādītāji, kuri raksturo ražošanas izmaksu un investīciju projektu atmaksāšanos.
- Rādītāji, kuri raksturo apgrozījuma rentabilitāti.
- Rādītāji, kuri raksturo kapitāla un tā sastāvdaļu ienesīgumu (atdevi) (Rurāne, M., 2007, 166).

Rentabilitātes rādītājiem nav noteikti optimālie rādītāji, un tie tiek izteikti procentos, bet jo rentabilitātes rādītāji ir augstāki, jo tas vairāk liecina par uzņēmuma darbības efektivitāti, bet ja ir pretēji un rentabilitātes līmenis ir zems, tad tas tieši norāda uz to, ka uzņēmums savu darbību veic nepareizi un ir nepieciešams ar steigu ieviest izmaiņas.

Rentabilitātes rādītāju novērtēšanai izmantojamas formulas darba autore ir attēlojusi 6.tabulā.

**6.tabula. Rentabilitātes rādītāju formulas** (Krogzeme, 2013, 217)

<b>Rādītājs</b>	<b>Formula</b>
Bruto peļņas rentabilitāte	$\text{Bruto peļņa} * 100 / \text{neto apgrozījums}$
Operatīvās darbības rentabilitāte	$\text{Peļņa pirms \% un nod. ats.} * 100 / \text{neto apgrozījums}$
Realizācijas rentabilitāte	$\text{Neto peļņa} * 100 / \text{neto apgrozījums}$
Aktīvu rentabilitāte	$\text{Peļņa pirms \% un nod. atsk.} * 100 / \text{aktīvi}$
Kopkapitāla rentabilitāte	$\text{Neto peļņa} + \text{samaksātie \% maksājumi} * 100 / \text{pašu kapitāls} + \text{aizņemtais kapitāls}$
Pašu kapitāla rentabilitāte	$(\text{Neto peļņa} * 100) / \text{pašu kapitāls}$

Rentabilitātes rādītāji tiek iedalīti trīs grupās. Pirmā grupa ir komerciālās rentabilitātes rādītāji, kuri parāda, kādu peļņas apjomu uzņēmumam ir izdevies iegūt uz neto apgrozījuma vienību gan pirms, gan pēc nodokļu samaksas. Šajā grupā ietilpst bruto peļņas rādītājs, kurš sniedz iespēju aprēķināt, kā neto apgrozījuma un ražošanas izmaiņu pārmaiņas ietekmē bruto peļņu. Šo rādītāju analizējot ir jāņem vērā, ka iegūtais lielums ir jāsalīdzina ar iepriekšējā perioda rādītāju, lai varētu pārbaudīt ieņēmumu un ražošanas izmaksu attiecību izmaiņas (Januška, M., 2005, 112). Bruto peļņas rādītājs tiek uzskatīts par peļņas vai zaudējumu aprēķina vissvarīgāko starprezultātu, un lielumu ir iespējams izteikt ne tikai absolūtā līmenī, bet arī attiecībā pret neto apgrozījumu (Januška, 2010, 80). Bet ir jāņem vērā, ka bruto peļņas rādītājs vienkopus parāda produkcijas un pakalpojumu pārdošanas rezultātā gūto peļņu, kā arī ar ražošanu un pakalpojumu sniegšanu tieši nesaistītas izmaksas un ieņēmumus, un izejot no tā, ir ieteicams aprēķināt operatīvās rentabilitātes rādītāju, uz kuru ietekmi atstāj tikai operatīvās darbības rezultāti, uzņēmuma cenu politika un operatīvo darbību izmaksu efektivitāte. Operatīvās rentabilitātes rādītājam ir jābūt pēc iespējas augstākam (Krogzeme, H., 2010, 218). Un pēdējais šīs grupas rādītājs ir realizācijas rentabilitāte, kura raksturo neto apgrozījuma ienesīgumu, kuru veido produkcijas pārdošanas peļņa un ārkārtas peļņa (Krogzeme, H., 2010, 218). Pēc darba autores domām, realizācijas rentabilitāte var palielināties, ja samazinās nodokļu summa vai arī notiek finanšu politikas pārmaiņas iekš uzņēmumā, bet ir vēlams, lai rādītājs palielinās.

Ekonomiskās rentabilitātes rādītāju grupā tiek aprēķināts viens rentabilitātes rādītājs – aktīvu rentabilitāte, kura parāda aktīvu izmantošanas intensitāti, lai palielinātu ieņēmumus un rezultātā gūtu lielāku peļņu pirms % maksājumu un ienākuma nodokļa atskaitīšanas (Rurāne, M., 2007, 211). Un trešā rādītāju grupa ir finansiālā rentabilitāte, kura rāda, cik daudz peļņas

uzņēmumam ir izdevies iegūt, rēķinot uz vienu kapitāla vienību, un šajā grupā ir kopkapitāla rentabilitāte, kura parāda kopējā kapitāla sastāva ietekmi uz tā rentabilitāti un pašu kapitāla rentabilitāti, kura parāda uzņēmuma pašu kapitāla ienesīgumu (Rurāne, M., 2007, 212).

Darba autore uzskata, ka rentabilitātes rādītājiem ir svarīga nozīme uzņēmuma darbības novērtēšanā, jo viens no galvenajiem uzņēmuma darbības mērķiem ir peļņas gūšana, un tā kā neviens uzņēmējs nevēlās strādāt ar zaudējumiem vai arī attīstības vietā piedzīvot stagnāciju, tad ir jāpievērš uzmanība rentabilitātes rādītājiem, kuri sniedz iespēju novērtēt uzņēmuma darbības efektivitāti no peļņas gūšanas skatpunkta.

**Aktivitātes un dinamikas rādītāji** parāda, cik efektīvi tiek izmantoti uzņēmuma rīcībā esošie līdzekļi, un šīs grupas rādītājiem ir būtiska nozīme, jo tieši līdzekļu aprites ātrums parāda, cik ātri uzņēmuma rīcībā esošie līdzekļi tiek pārvērstā naudā, kas arī tiešā veidā ietekmē uzņēmuma maksātspējas rādītājus (Krogzeme, H., 2010, 218). Līdzekļu aprites rādītāju ir pietiekami daudz, bet 7.tabulā darba autore ir attēlojusi tos rādītājus, kuri tiks izmantoti uzņēmuma finanšu rezultātu novērtēšanā.

*7.tabula. Aktivitātes rādītāju formulas* (Krogzeme, 2013, 225)

Rādītājs	Formula
Aktīvu aprites rādītājs	Neto apgrozījums/ aktīvi (vid.) neto
Krājumu aprites rādītājs	Neto apgrozījums/Krājumu vidējā vērtība
Krājumu aprites rādītājs (dienās)	360/Krājumu aprites rādītājs
Debitoru aprites rādītājs	Neto apgrozījums/Debitori
Apgrozāmo līdzekļu rādītājs	Neto apgrozījums/Apgrozāmie līdzekļi
Kreditoru parādu aprites rādītājs	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas/Parādi piegādātājiem un darbuuzņēmējiem
Kreditoru parādu aprites ilgums (dienās)	360/Kreditoru parādu aprites rādītājs

Aktīvu aprites rādītājs parāda uzņēmuma ieņēmumu lielumu, kuru spēj nodrošināt katrs aktīvos ieguldītais eiro, no kā arī izriet, ka jo augstāks rādītājs, jo īsāks ir aktīvu aprites cikls un līdz ar to īsāks kapitāla iesaldēšanas periods apgrozāmajos līdzekļos, kā rezultātā apgrozāmo līdzekļu izmantošanas efektivitāte ir augstāka (Rurāne, 2006, 100). Ir vēlams, lai šī rādītāja lielums būtu pēc iespējas augstāks, un ja tā vērtība ir robežās no 1 līdz 2, tad tas ir pārāk zems līmenis (Krogzeme, 2013, 215).

Krājumu aprites rādītājs parāda, cik reizes gadā ir apritējuši ražošanas krājumos ieguldītie līdzekļi, un ja rādītājs ir zems, tad tas norāda uz to, ka uzņēmuma krājumos ir ieguldīts pārāk liels līdzekļu apjoms, un tas liecina par nepamatotu līdzekļu iesaldēšanu, kas savukārt liecina par neefektīvu kapitāla izmantošanu (Januška, 2010, 69). Savukārt krājumu aprites rādītājs dienās

parāda to dienu skaitu, kuras ir nepieciešams, lai uzņēmuma pilnībā nomainītos krājumi, un šo rādītāju vērtē salīdzinājumā ar iepriekšējo periodu un salīdzina ar tekošiem datiem (Januška, 2010, 70). Optimālai uzņēmuma darbībai, krājumu līmeni ir nepieciešams saskaņot ar neto apgrozījuma apjomu tādā veidā, lai krājumi būtu pietiekami ražošanas vai klientu vajadzību pilnīgai apmierināšanai (Alsiņa R., Bojarenko J., Marinska K., 2011, 123).

Debitoru parādu aprites rādītājs parāda, cik reizes debitoru parādu summa aprit pārskata perioda laikā (Krogzeme, 2013, 215). Tā kā neto apgrozījums ir bez pievienotās vērtības nodokļa, bet debitoru parādi savukārt ir ar pievienoto vērtības nodokli, tad veicot debitoru parādu aprites aprēķinu, neto apgrozījumam nepieciešams pieskaitīt klāt pievienotās vērtības nodokli, vai pretēji, debitoru parādiem atņemt pievienoto vērtību nodokli. Debitoru parādu aprites rādītājs parāda, cik reizes kopējais parāds aprit gada laikā, un šis rādītājs raksturo uzņēmuma spēju laikus iekasēt parādus par kredītā pārdotajām precēm (Alsiņa R., Bojarenko J., Marinska K., 2011, 125). Debitoru aprites rādītāju salīdzina ar kreditoru parādu aprites rādītāju. Kreditoru parādu aprites rādītājs parāda, cik daudz aprites uzņēmumam ir nepieciešams savu rēķinu apmaksai, savukārt kreditoru parādu aprites ilgums dienās parāda to dienu skaitu, kurā laikā uzņēmums apmaksā savas uzņemtās saistības pret kreditoriem (Alsiņa R., Bojarenko J., Marinska K., 2011, 126).

Apgrozāmo līdzekļu rādītājs parāda apgrozāmo līdzekļu izmantošanas intensitāti (Januška, 2010, 78). Apgrozāmo līdzekļu rādītājs ir ļoti svarīgs investoriem un kapitāla turētājiem, ja viņi ir veikuši ieguldījumus uzņēmumā, kā arī rādītāja lielums ir svarīgs lēmumu pieņemšanas procesā par apstākļiem, kad ir nepieciešams pieņemt lēmumu – kur uzņēmumam labāk ieguldīt savā rīcībā esošos līdzekļus (Januška, 2010, 79). Pēc darba autores domām, apgrozāmo līdzekļu aprites ātrums pēc savas būtības parāda, cik ātri uzņēmuma resursi spēj strādāt, un jebkurš uzņēmums ir ieinteresēts, lai tā rīcībā esošie finanšu līdzekļi kustētos pēc iespējas ātrāk, un jo ātrāk nauda kustās, jo labāks finanšu rezultāts ir gaidāms.

**Kapitāla struktūras jeb maksāspējas rādītāji** parāda uzņēmuma spēju segt savas īstermiņa un ilgtermiņa saistības, parādot uzņēmuma finansiālās atkarības pakāpi, kā arī raksturo uzņēmuma kapitāla struktūru (Januška, 2010, 80). Šo rādītāju aprēķināšanai ir trīs galvenie mērķi:

- Noteikt un raksturot saistību attiecību pret pašu kapitālu vai arī aktīvu kopsummu.
- Palīdz novērtēt, cik lielā mērā uzņēmums ir spējīgs atmaksāt savas saistības.
- Novērtē, cik lielā apjomā uzņēmums ir spējīgs palielināt esošo saistību apjomu (Ludboržs, A., 2007, 125).

Maksāspējas rādītāju novērtēšanai izmantojamās formulas darba autore ir attēlojusi 8.tabulā.

**8.tabula. Maksātspējas rādītāju formulas** (Krogzeme, 2013, 229)

Rādītājs	Formula	Optimālais rādītāja lielums
Finanšu atkarības rādītājs	Visu saistību summa/aktīvu kopsummu	Normas robeža - +/- 0,4
Finanšu neatkarības rādītājs	Pašu kapitāls/aktīvu kopsumma	Vēlamā robeža vismaz 0,5
Finanšu līdzsvara (sviras) rādītājs	Aizņemtais kapitāls/pašu kapitāls	Kritiskā robeža ir 1

Finanšu atkarības rādītājs parāda aizņemtā kapitāla daļu uzņēmuma kopējos aktīvos, un ja ir nepieciešamība, tad ir iespējams izdalīt atsevišķi īstermiņa un ilgtermiņa finanšu saistības (Ludboržs, Finanšu grāmatvedība tirdzniecībā, 2003, 140). Jo saistību īpatsvars ir augstāks, jo pastāv lielāks atkarības līmenis no kreditoriem, kas attiecīgi nozīmē, ka pieaugs procentu maksājumi un dzēšamā kredīta summa. Aizņemtā kapitāla īpatsvara pieaugums pierāda finansiālās neatkarības samazināšanos (Krogzeme, 2013, 219). Ja uzņēmums vēlas iegūt kredītu, tad rādītāja lielumam ir jābūt pēc iespējas zemākam, jo ja rādītāja lielums ir pārāk augsts, tas nozīmē, ka uzņēmums jau lielu daļu no sava kapitāla veido, izmantojot aizņemto kapitālu. Savukārt, ja rādītājs ir pārāk zems, tas var norādīt uz to, ka uzņēmumam ir lēna attīstības gaita, un tādējādi tiek pieņemts, ka normas robeža ir +/-0,4 (Grigorjeva, 2009, 47).

Finanšu neatkarības rādītājs raksturo pašu kapitāla īpatsvaru uzņēmuma kopējā kapitāla struktūrā, attiecīgi kreditoru iespējamo riska līmeni un tā vēlamā robeža ir vismaz 0,5, bet ja tas ir lielāks par 1, tad tiek uzskatīts, ka uzņēmuma finansiālā stabilitāte ir sasniegusi kritisko robežu (Krogzeme, 2013, 220) un uzņēmums nespēj pilnvērtīgi strādāt ar piesaistītajiem finanšu līdzekļiem (Alsiņa, 2000, 119).

Finanšu līdzsvara (sviras) rādītāju arī ir iespējams izmantot atsevišķi īstermiņa un ilgtermiņa saistībām atsevišķi, un rādītāja lielums parāda to saistību summu, kura ir uz viena pašu kapitāla vienību (Januška, M., 2005, 58). Rādītājs arī izsaka finansiālo risku, ar kuru uzņēmumam ir jāreķinās, piesaistot aizdevumus (Krogzeme, 2013, 250). Finanšu līdzsvara koeficienta kritiskā robeža ir 1, kura pārsniegšana parāda, ka uzņēmums pārāk lielā apjomā izmanto aizņemto kapitālu, bet ja pretēji, rādītājs ir zem 1, tad ārējā kapitāla piesaistīšana saistās ar zemāku risku, jo kreditori labprātāk dod kredītus, ja šis rādītājs ir pēc iespējas zemāks. Rādītāja kritiskā robeža var mainīties, atkarībā no uzņēmuma darbības nozares un no tā, cik ātri apgrozās apgrozāmie līdzekļi (Alsiņa, 2000, 120). Uzņēmumam ir izdevīgi, ja rādītājs ir zemāks, jo tādējādi pieaug drošības pakāpe.

Pie maksāspējas rādītājiem darba autore var secināt, ka šis rādītājs ir svarīgs tieši kreditoriem, jo kreditori izvērtē maksāspējas rādītājus, un pieņems lēmumu, vai ir racionāli izsniegt šim uzņēmumam vēl papildus kredītus, kas attiecīgi nozīmē, ka ja uzņēmums vēlas paņemt kredītu, uzņēmuma iekšienē ir nepieciešams izvērtēt maksāspējas rādītājus, un ir svarīgi, lai aizņemta kapitāla īpatsvars nepārsniegtu 85% no kopējā kapitāla lieluma.

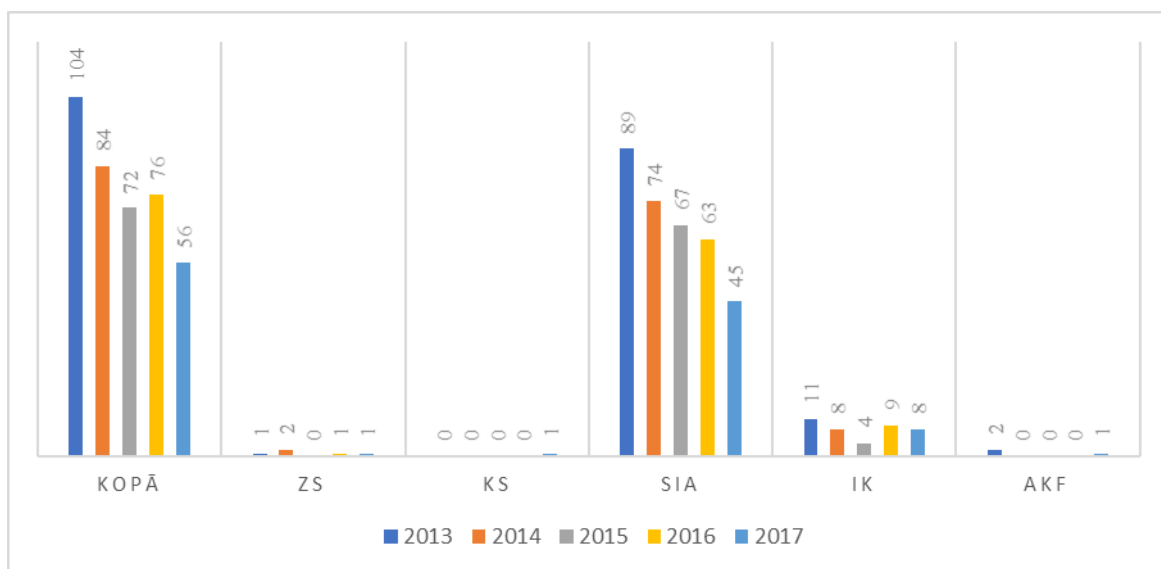
## 2. SITUĀCIJAS NOVĒRTĒJUMS APĢĒRBU VEIKALAM “ELEGANCE”

Nodaļas ietvaros darba autore novērtēs apģērbu veikala “Elegance” esošo darbības situāciju, veicot darbības analīzi Saldus pilsētā, veicot iekšējās un ārējās vides analīzi, kā arī analizējot apģērbu veikala finanšu pārskatus un pamatojoties uz šajā nodaļā apkopoto un analizēto informāciju tiks izveidots priekšlikumu plāns apģērbu veikala “Elegance” darbības uzlabošanai un attīstības veicināšanai.

### 2.1. Tirdzniecības nozares raksturojums Saldus pilsētā

Saldus novada 2016.gada publiskajā pārskatā tiek norādīts, ka rūpniecība, būvniecība, lauksaimniecība un mežsaimniecība veido 43,9% no tautsaimniecības struktūras, savukārt pakalpojumu nozares, t.sk., tirdzniecība, transports, finanšu starpniecība, viesnīcas un restorāni veido 56,1% no kopējās tautsaimniecības struktūras, kas ir mazāk nekā vidēji Latvijā, jo kopējā Latvijas tautsaimniecības struktūrā 29,5% sastāv no rūpniecības, būvniecības, lauksaimniecības un mežsaimniecības, bet 70,50% sastāv no pakalpojumu nozarēm. Saldus novadā vairāk nekā visā pārējā Latvijā ir attīstītas pakalpojumu nozares.

Atsevišķi nav pieejama statistika par tirdzniecības nozares uzņēmumu dibināšanas dinamiku, tādēļ darba autore 3.attēlā attēlos kopējo dinamiku par laika periodu no 2013.gada līdz 2017.gadam.



3.attēls. Uzņēmumu dibināšanas dinamika 2013. – 2017.gads Saldus novadā

(Uzņēmumu reģistrēšanas dinamika, 2017)

3.attēlā var redzēt, ka visvairāk uzņēmumi tika dibināti 2013.gadā 104 uzņēmumi, 2014. gadā 84 uzņēmumi, 2015. gadā 72 uzņēmumi, 2016.gadā 76 uzņēmumi. 2017.gadā līdz 1.oktobrim ir dibināti 56 uzņēmumi.

Visvairāk dibinātās ir Sabiedrība ar ierobežotu atbildību, bet kā var redzēt 3.attēlā, tad dibināto sabiedrību skaits ir samazinājies no 89 2013.gadā līdz 45 2017.gadā. Pēc tam komercdarbības forma Individuālais komersants, kura pārskata periodā ir dibinātas 11 vienības, un jāatzīmē, ka pārskata periodā ir dibinātas 3 ārvalstu komersantu filiāles Saldū.

Darba autore secina, ka Saldus novadā pārsvarā ir pakalpojumu nozares uzņēmumi un vislielākais uzņēmumu dibināšanas skaits ir novērojams 2013.gadā, bet nākamajos gados uzņēmumu dibināšanas skaits ir samazinājies, kas ir saistīts ar iedzīvotāju skaita samazināšanos, lielo uzņēmumu tirgus nostabilizēšanos, bezdarbu Saldus pilsētā.

## **2.2. Apģērbu veikala “Elegance” raksturojums**

Apģērbu veikals “Elegance” pieder Sabiedrībai ar ierobežotu atbildību, kura ir reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā 2011.gada 10.oktobrī, bet pats apģērbu veikals ir atvērts 2012.gadā.

Uzņēmuma juridiskā adrese ir Saldus novads, Saldus pilsēta, Krasta iela 15A, un apģērbu veikals “Elegance” atrodas Jelgavas ielā 1. Kopējā apģērbu veikala platība ir 60 m<sup>2</sup>.

Uzņēmuma apmaksātais pamatkapitāls ir 1 euro, un arī reģistrētais pamatkapitāls ir 1 euro liels.

Darbības veidi, saskaņā ar NACE 2.redakcijas klasifikatoru ir:

- Pārējā mazumtirdzniecība nespecializētajos veikalos (NACE kods – 47.19.).
- Apģērbu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos (NACE kods – 47.71.).

Šajās darbības kategorijās ietilpst apģērbu mazumtirdzniecība, kažokādas izstrādājumu mazumtirdzniecība un apģērbu, aksesuāru (cimdi, siksnas, u.c.) mazumtirdzniecība.

Uzņēmuma īpašnice un reizē arī valdes locekle ir Sintija Babre, kurai arī pieder 100% apmērā pamatkapitāls.

Apģērbu veikalā “Elegance” tiek tirgota šāda produkcija:

- Sieviešu apģērbs – kleitas (svētku, ikdienas, klasiskās, brīvā laika), svārki (dažāda piegriezuma un garuma), bikses (auduma – klasiskās un ikdienai, džinsu bikses, legingi), blūzes, jakas, džemperī, rudens/ziemas mēteļi.
- Aksesuāri – siksnas, bižutērija (auskari, kaklarotas, piespraudes), somas, šalles un cepures.

- Apakšveļa – sieviešu naktskrekli, apakšveļa, zeķes un zeķubikses (plānās un biežās).

Apģērbu veikala piedāvājums tiek koriģēts atkarībā no piedāvājuma un sezonalitātes, piemēram, uz Ziemassvētkiem un skolu izlaidumiem pieprasītas ir svinīgas kleitas un kostīmi, bet sākoties aukstā laika sezonai, pieprasītas ir siltās jakas un mēteļi, kā arī pavasarī pieprasījumā ir apģērbi, kuros dominē košas un krāsainas krāsas.

## 2.3. Apģērbu veikala “Elegance” iekšējās un ārējās vides faktoru novērtējums

Apakšnodaļas ietvaros darba autore veiks apģērbu veikala iekšējās un ārējās vides faktoru novērtējumu, jo tas ietekmē uzņēmuma tagadējo un tālāko attīstību.

### 2.3.1. Apģērbu veikala “Elegance” iekšējās vides faktoru analīze

Iekšējās vides faktori ir attēloti 4.attēlā.



4.attēls. Iekšējās vides faktori (autore)

#### *Mērķi un misija*

Katra uzņēmēja darbības pamatā atrodas vēlme savas darbības rezultātā gūt peļņu un pēc iespējas augstākus ienākumus, kā arī piedāvāt saviem klientiem pēc iespējas augstākas kvalitātes produkciju un tādējādi veicināt klientu apmierinātības līmeņa pieaugumu un klientu lojalitātes līmeni.

Apģērbu veikalam “Elegance” darbībai ir izvirzīta šāda misija – veidot Saldus iedzīvotājiem tādu piedāvājumu, kurš apmierinātu Saldus iedzīvotāju vajadzību pēc apģērbiem un nodrošināt ar darbu darba ņēmējus.

Apģērbu veikala vadība ir arī izvirzījusi divu veidu stratēģijas:

- Diferencēšanas stratēģiju – veicināt klientu apmierinātības līmeni ar apģērbu veikala piedāvājumu un to kvalitāti.
- Zemo izmaksu stratēģija – veidot pēc iespējas draudzīgāku piedāvājumu apģērbu veikala klientiem, nezaudējot produktu kvalitāti.

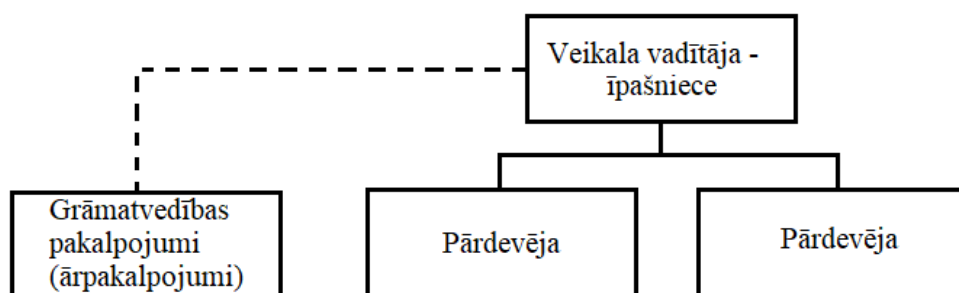
Darba autore uzskata, ka apģērbu veikala “Elegance” vadība, izvirzot tieši šādu misiju un stratēģijas, balstās uz to, ka orientējās uz klientu vajadzību apmierināšanu, un piedāvājot tādu piedāvājumu, kurš ir maksimāli draudzīgs apģērbu veikala klientiem, bet reizē spēj saglabāt apģērbu veikala ieņēmumu līmeni pietiekamā apjomā un palielināt to.

Apģērbu veikala “Elegance” vadība nav nodalījusi apģērbu veikala darbības mērķus pēc taktiskiem, operatīviem un stratēģiskiem, bet ir definējusi šādus mērķus, kuri ir virzīti uz apģērbu veikalu darbības uzlabošanas īstermiņā un ilgtermiņā:

- Veicināt apģērbu veikala ieņēmumu apjomu pieaugumu katru pārskata gadu.
- Veikt efektīvu personāla atlasi un veicināt darbinieku apmierinātības līmeni ar darba apstākļiem apģērbu veikalā.
- Veicināt apģērbu veikala konkurētspēju Saldus pilsētā.
- Piedāvāt kvalitatīvu piedāvājumu Saldus pilsētas iedzīvotājiem un viesiem.

Apģērbu veikala “Elegance” vadība un darbinieki neveic klientu aptaujāšanu, lai noskaidrotu klientu viedokli par piedāvājumu, tā kvalitāti un izvēles iespējām, tāpēc darba autorei nav iespējams novērtēt klientu apmierinātības līmeni, bet ņemot vērā, ka uzņēmuma neto apgrozījums pieaug katru gadu (skat. 2.pielikums), tad apģērbu veikala klienti ir apmierināti ar piedāvājumu un apģērbu veikals kļūst konkurētspējīgs darbības nozarē.

*Organizatoriskā struktūra-* apģērbu veikalā strādā neliels darbinieku skaits (3), tad apģērbu veikalā tiek izmantota vienkāršā lineārā organizatoriskā struktūra (skat. 5.attēls).



**5.attēls. Apģērbu veikala “Elegance” organizatoriskā struktūra (autore)**

Apģērbu veikala organizatoriskās struktūras ietvaros visi uzņēmuma darbinieki pakļaujas apģērbu veikala vadītājam, kas reizē ir arī uzņēmuma īpašniece, tādējādi veikala vadītāja spēj izkontrolēt visus veikalā notiekošos procesus un palīdzēt darbiniekiem.

Pēc darba autores domām, apģērbu veikala vadītājam vajadzētu vairāk koncentrēties uz veikala darbības organizēšanu, produkcijas klāstu papildināšanu, klientu viedokļa noskaidrošanu, reklamēšanu kā arī darbības apjomu paplašināšanu.

#### *Tehnoloģijas*

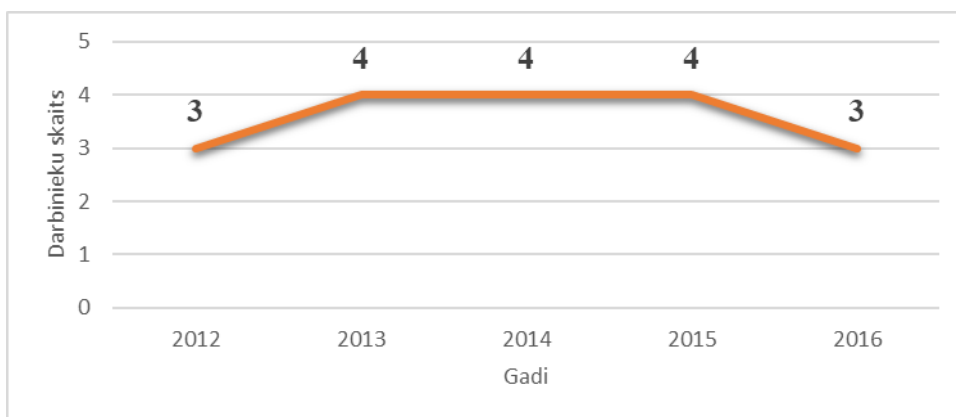
Ņemot vērā apģērbu veikala darbības specifiku, tajā netiek izmantotas jaunākās pārdošanas tehnoloģijas. Klientu piesaistē netiek izmantotas mūsdienu interneta tehnoloģiju sniegtās iespējas, kas pēc darba autores domām, tas ir būtisks trūkums un kavē apģērbu veikala atpazīstamības veidošanai.

#### *Cilvēkresursu politika*

Apģērbu veikala vadība apzinās, ka līdzās patērētājiem, svarīgs resurss un faktors, kurš veicina ieņēmumu palielinājumu, ir darbinieki, un esošie veikala pārdevēji apģērbu veikalā strādā jau 3 gadus.

Apģērbu veikalā “Elegance” stratēģiskos lēmumus pieņem apģērbu veikala vadītāja, kura ir arī īpašniece Sintija Babre. Viņa arī pieņem visus lēmumus, kuri attiecās uz veikala darbību un attīstību.

Apģērbu veikala darbinieku skaita dinamiku 2012. – 2016.gadā darba autore ir attēlojusi 6.attēlā.



**6.attēls. Apģērbu veikala “Elegance” darbinieku skaits 2012. – 2016.gads (autore)**

6.attēlā redzams, ka līdz 2013.gadam bija 3 darbinieki, bet 2013.gadā tika pieņemts darbā vēl viens darbinieks, un 4 darbinieki saglabājas līdz 2015.gadam, bet ņemot vērā, ka 2014.gadā un 2015.gadā uzņēmums cieta darbības zaudējumus, viens darbinieks tika atlaists.

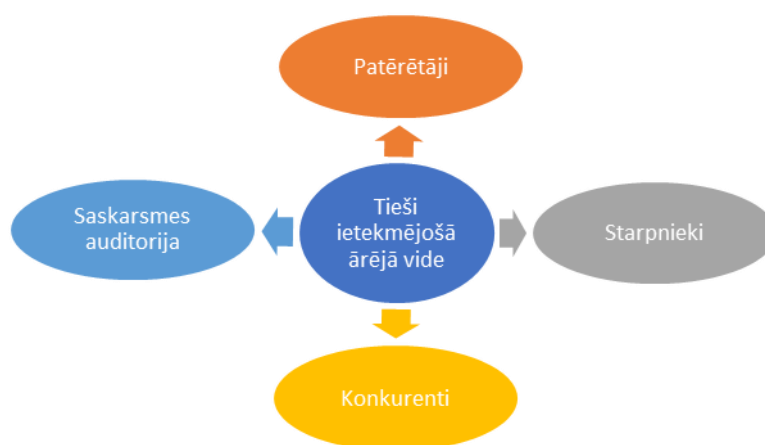
2016.gadā apģērbu veikalā darba pienākumus pilda trīs darbinieki (ieskaitot apģērbu veikala vadītāju). Grāmatvedības pakalpojumi tiek piesaistīti kā ārpalpojums, jo tas apģērbu veikalam ir izdevīgāk, nekā algot pastāvīgu darbinieku šo pienākumu izpildei.

### *Kultūra*

Apģērbu veikala vadītāja piekopj demokrātisko vadības stilu, un bez vajadzības neiejaucās ikdienas darbā, bet darbinieki nepieciešamības gadījumā var vērsties pie veikala vadītājas pēc konsultācijas vai palīdzības.

### **2.3.2. Apģērbu veikala “Elegance” tieši ietekmējošās ārējās vides faktoru analīze**

Tieši ietekmējošās vides faktori ir attēloti 7.attēlā.



**7.attēls. Tieši ietekmējošās ārējās vides faktori (autore)**

#### *Patērētāju (klientu) analīze*

Apģērbu veikala “Elegance” galvenā mērķauditorija ir patērētāji, kuri iegādājas veikala apģērbu savam privātajam patēriņam. Detalizētāk apģērbu veikala klienti iedalās šādās grupās:

- Sievietes vecumā virs 25 un vairāk – iegādājas kleitas, mēteļus, aksesuārus, apakšveļu un citu produkciju.
- Jaunietes vecumā no 18 līdz 24 gadiem – apakšveļu, aksesuārus, siltās derēbes, kā arī svētku un izlaidumu laikā iegādājas kleitas.
- Vīrieši bez vecuma ierobežojuma – iegādājas dāvanas mīļotajām sievietēm, dāvanu kartes.

Pēc darba autore domām, viens no veidiem, kā uzlabot apģērbu veikala finansiālo situāciju, ir paplašināt piedāvājumu un sākt tirgot apģērbu korpulentām sievietēm, jo šobrīd apģērbu veikala piedāvājumā korpulentu sieviešu segments ir aptverts minimāli un tieši tur pastāv iespēja paplašināt klientu skaitu.

### *Starpnieki*

Apģērbu veikals savas darbības ietvaros sadarbojas ar nelielu skaitu starpnieku Lietuvā, Polijā un Rīgā.

*Konkurenti* ir viens no svarīgākajiem tieši ietekmējošās ārējās vides faktoriem uzņēmējdarbībā.

Saldus apģērbu veikalu iedalījumu pēc cenu kategorijām darba autore ir attēlojusi 9.tabulā.

**9.tabula. Saldus apģērbu veikalu iedalījums pēc cenu kategorijām (autore)**

Kategorija	Veikali	Darba autores komentāri
Augsts cenu līmenis	<ul style="list-style-type: none"><li>• “Lenvija”.</li><li>• “Gaume”</li></ul>	Šo veikalu piedāvājumā ir gaumīgs un skaists apģērbs, cenu līmenis ir sugsts sākot no 40 eiro blūzēm un sieviešu kleitām no 50 eiro.
Vidējs cenu līmenis	<ul style="list-style-type: none"><li>• “Saldus tirgus”.</li><li>• “Dīva”.</li><li>• “TOPS”.</li><li>• “Sarma”.</li><li>• “Zeta”.</li><li>• “Rota”.</li><li>• “Vika”.</li><li>• “Metta”.</li></ul>	Šo veikalu piedāvājumā pieejams ir apģērbs brīvajam laikam, klasiskais apģērbs un cenu līmenis ir vidējs. Vidējas cenas ir veikalam “Elegance”.
Zems cenu līmenis	<ul style="list-style-type: none"><li>• “AVB grupa”.</li><li>• “CARE”.</li><li>• “Sidonas”.</li><li>• “Rubīns”.</li><li>• “Saldus tirgus paviljons”.</li><li>• “Linda”.</li></ul>	Mazs un neizteiksmīgs piedāvājums klientiem.
Lietoto apģērbu veikali	<ul style="list-style-type: none"><li>• “Degas”.</li><li>• “R.D.A.”.</li><li>• “Gausa”.</li></ul>	Plašs piedāvājums un zems cenu līmenis.

Kopējais konkurentu skaits Saldus novadā un pilsētā apģērbu veikalam ir pietiekami augsts, bet galvenie konkurenti ir tieši lietoto apģērbu veikali, jo šajos veikalos cenu līmenis ir ļoti zems, piedāvājums ir plašs, un ņemot vērā iedzīvotāju samazināto pirktspēju, tieši lietoto apģērbu veikali ir galvenie konkurenti apģērbu veikalam “Elegance”.

### *Saskarsmes auditorija*

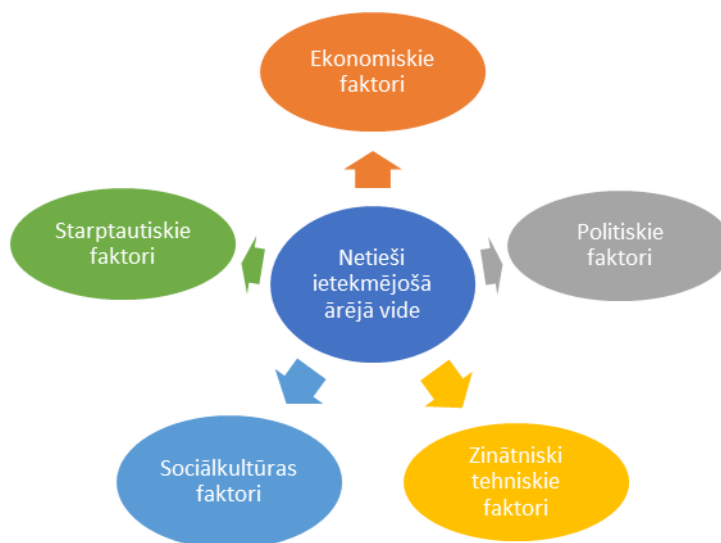
Saskarsmes auditorijas grupas:

- Valsts iestādes:
  - VID – ik gadu apģērbu veikals maksā nodokļus un nodevas LR likumdošanas ietvaros.

- Statistikas datu vākšanas iestādes – katru gadu tiek iesniegti gadu pārskati un citas nepieciešamas atskaites, kuras tiek izmantotas kopējo statistikas datu veidošanā.
- Sadarbība ar masu medijiem netiek veidota.
- Sadarbība ar citām iestādēm arī netiek veidota.

### 2.3.3. Apģērbu veikala “Elegance” netieši ietekmējošās ārējās vides faktoru analīze

Netieši ietekmējošās ārējās vides faktori ir attēloti 8.attēlā.



**8.attēls. Netieši ietekmējošās ārējās vides faktori (autore)**

#### *Ekonomiskā vide*

Apģērba veikala “Elegance” darbības vieta ir Saldus pilsēta un novads, un tādējādi reģiona ekonomiskais stāvoklis ietekmē apģērbu veikala darbību. Ja reģiona iedzīvotājiem samazinās pirktspējas spēja, tad apģērbu veikalam rodas problēmas ar apgrozījuma nodrošināšanu esošajā līmenī, nemaz nerunājot par darbības attīstību.

Ir nepieciešams ņemt vērā, ka apģērbu veikals piedāvā to produkciju, kura gan patērētājiem ir nepieciešama un bez tās nevar iztikt, bet no otras puses raugoties, ir arī iespēja atteikties uz kādu laiku, jo tā tomēr nav pārtika.

Izvērtējot Saldus novada pašvaldības 2016.gada publisko pārskatu, var secināt, ka laika posmā no 2010.gada līdz 2016.gadam iedzīvotāju skaits novadā samazinās un uz 2017.gada 1.janvārī iedzīvotāju skaits Saldus pilsētā sastāda 11 148 iedzīvotājus, bet Saldus novadā – 25 537 iedzīvotāji, un iedzīvotāju skaita samazināšanās negatīvi ietekmē apģērbu veikala darbību, jo samazinās patērētāju skaits un potenciālo ieņēmumu apjoms, bet reizē tas liek

apgērbu veikala vadībai aktīvāk attīstīti apgērbu veikalu, lai patērētājus piesaistītu tieši šim apgērbu veikalam, nevis viņi aizietu pie konkurentiem.

Ekonomiskās vides attīstībā svarīga ir vietējo pašvaldību varas atbalsts uzņēmējdarbībai, un atbalsta iespējas Saldus pilsētā darba autore var novērtēt pozitīvi, jo Saldū atrodas tādas valsts iestāžu reģionālās struktūrvienības kā Lauku atbalsta dienests, Uzņēmumu reģistrs, Nodarbinātības valsts aģentūra u.c., tādējādi uzņēmējiem ir iespēja iegūt palīdzību un saņemt konsultācijas tieši Saldus pilsētā un nav nepieciešams braukt uz citām pilsētām, piemēram Rīgu, kas būtiski ietaupa uzņēmumu darbiniekiem un vadībai laiku, kā arī finanšu resursus. Pie atbalsta uzņēmējdarbībai darba autore var atzīmēt ikmēneša notiekošās konsultatīvās padomes tikšanās, kā arī dažādi pasākumi, kas piesaista reģionam tūristus un veicina potenciālo patērētāju skaitu.

Bezdarba līmenis Saldus novada teritorijā 2016.gada sākumā bija 7,3% , kas salīdzinājumā ar 2011.gada bezdarba līmeņa rādītāju ir samazinājums par 4,4%, un galvenās bezdarbnieku problēmgrupas veido jaunieši, personas pēc bērnu kopšanas atvaļinājuma un pirmspensijas vecuma bezdarbnieki – sievietes, tādējādi pēc darba autores domām, nepieciešamības gadījumā apgērbu veikalam piesaistīt papildus darbiniekus nebūs problemātiski, bet vienīgais šos darbiniekus būs jāapmāca tieši priekš uzņēmuma vajadzībām.

#### *Politiski tiesiskā vide*

Politiski tiesiskās vides faktori savu ietekmi spēj atstāt divos veidos:

- Valsts ekonomiskais regulējums.
- Valsts institūciju attieksme pret uzņēmējdarbību un tai sniegto atbalstu.

Šīs divas faktoru grupas, kuras ietilpst politiski tiesiskās vides faktoru vidū, atstāj tiešu ietekmi uz apgērbu veikala darbību, veidojot noteiktus darbības ierobežojumus, un lai šo faktoru ietekmei būtu pēc iespējas mazāka ietekme uz uzņēmumu, stabilai ir jābūt ne tikai finanšu politikai, bet arī politikai preču un darba tirgū.

Nestabila situācija ļoti ietekmē apgērbu veikala darbību, bet priekšrocība ir tajā, ka apgērbu veikala vadītāja seko līdzi visām izmaiņām, un ņem šīs izmaiņas vērā veidojot apgērbu veikala darbību.

#### *Zinātniski tehniskā vide*

Zinātniski tehniskā vide savu ietekmi uz apgērbu veikalu "Eleganci" atstāj tādā veidā, ka piedāvātās produkcijas ražotājvalstīs tiek izgudrotas jaunas tehnoloģijas, kuras sniedz iespēju samazināt produkcijas cenu, un tādējādi apgērbu veikalam ir iespēja iegādāties šo produkciju par zemāku cenu, un pēc tam piedāvāt to saviem patērētājiem par izdevīgu cenu, tādējādi vairojot savu patērētāju skaitu, tādā veidā tiek vairota lojalitāte, kas ir ļoti svarīgi.

### *Sociālkultūras vide*

Apģērbu veikals "Elegance" pieder stipru un entuziasma pilnas latviešu ģimenes pārstāvei, tādējādi darba autore var secināt, ka apģērbu veikala darbībā nacionālie un kultūras kritēriji ir ļoti nozīmīgi, pie tam ir nepieciešams ņemt vērā Saldus novada un pilsētas iedzīvotāju etnisko sastāvu, jo saskaņā ar 2017.gada 1.janvāri gandrīz 90% Saldus novada un pilsētas iedzīvotāji pieder pie latviešu tautības, un gandrīz 8% ir lietuvieši (Saldus novada pašvaldības 2016.gada publiskais pārskats, 2017), un arī ņemot vērā veikala orientāciju tieši uz Saldus pilsētu un novadu, ir nepieciešams ņemt vērā veidojot apģērbu veikala reklāmas kampaņas, kā arī veidojot apģērbu veikala piedāvājumu, un tādējādi būtiski ir ņemt vērā vietējo patērētāju vajadzības, īpatnības un paradumus.

### *Starptautiskā vide*

Starptautiskās vides faktori ir viens no sarežģītākajiem vides netieši ietekmējošās ārējās vides faktoriem, jo iekš tiem tiek iekļauti gan ekonomikas rādītāji, gan politiskās attiecības, gan arī sociālkultūras faktori, un tie tieši skar tos uzņēmumus, kuri veic savu darbību ārpus Latvijas, vai arī sadarbojas ar ārzemju partneriem.

Uz apģērbu veikalu "Elegance" starptautiskā vide atstāj ietekmi tādā veidā, ka daļu produkcijas, kura tiek tirgota apģērbu veikalā, tiek iegādāta no starpniekiem, kuri savukārt šo produkciju iegādājas no Ķīnas, Turcijas, Polijas un citām valstīm, tādējādi būtiskākā ietekme ir uz cenu, jo ja pasliktinās iekšpolitiskā situācija šajās valstīs, kā arī pieaug muitas tarifi un citas izmaksas, tad pieaug iegādes cena priekš apģērbu veikala "Elegance" un apģērbu veikalam ir divi varianti – palielināt piedāvāto produktu cenu vai arī cenu atstāt tāda pašā līmenī, bet zaudējot daļu peļņas, un apģērbu veikala vadītāja šo lēmumu pieņem balstoties uz konkrēta produkta veidu, tā pieprasījumu un apģērbu veikala iespējām noturēt šo cenu patērētājiem pieņemamā līmenī.

## 2.4. Apģērbu veikala SVID analīze

Bakalaura darba ietvaros darba autore ir izveidojusi apģērbu veikala “Elegance” SVID analīzi, kura ir attainota 10.tabulā.

*10.tabula. SVID analīze (autore)*

Stiprās puses	Vājās puses
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pieredzējusi vadība, darbinieki.</li><li>• Atrašanās tirdzniecības centrā.</li><li>• Izveidojies lojālo klientu loks.</li><li>• Plašas iespējas attīstībai.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ierobežotas telpas.</li><li>• Ierobežoti cilvēkresursi.</li><li>• Augstais konkurentu skaits.</li><li>• Problēma piesaistīt aizņemto kapitālu.</li></ul>
Iespējas	Draudi
<ul style="list-style-type: none"><li>• Izveidot internetveikalu un piedāvāt preces Web vidē.</li><li>• Izveidot kontus sociālos tīklos, tādējādi vairojot veikalu atpazīstamību.</li><li>• Paplašināt apģērbu piedāvājumu.</li><li>• Jaunas klientu vajadzības.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Patērētāju pirktspējas samazināšanās.</li><li>• Konkurentu veiktās darbības klientu piesaistei.</li><li>• Nespēja izveidot savu piedāvājumu Web vidē.</li><li>• Potenciālo klientu vajadzību izmaiņas.</li><li>• Jauni grozījumi likumdošanā.</li></ul>

Pamatojoties uz SVID analīzi, trešās nodaļas ietvaros darba autore izstrādās risinājumus, kā ieviest jaunu apģērbu līniju veikala darbībā un aprēķinās potenciālās izmaksas šo risinājumu ieviešanai apģērbu veikala darbībā.

## 2.5. Apģērbu veikala “Elegance” saimnieciskās darbības analīzes paņēmieni

Apakšnodaļas ietvaros darba autore veiks apģērbu veikala “Elegance” gada pārskatu analīzi, pielietojot horizontālo un vertikālo analīzi, un izmantojot šīs metodes, darba autore varēs novērtēt uzņēmuma līdzekļu un to avotu struktūras un īpatsvara izmaiņas pārskata periodā, un izveidot secinājumus par galvenajām apģērbu veikala problēmām un izstrādāt priekšlikumus, lai nākamajos pārskata gados uzlabotu apģērbu veikala finanšu situāciju.

### 2.5.1. Apģērbu veikala "Elegance" finanšu pārskatu horizontālā analīze

Apakšnodaļas ietvaros darba autore analizēs uzņēmuma gada bilanci un peļņas un zaudējumu pārskatus par 2014. – 2016.gadu, kuri ir pievienoti 1. un 2.pielikumā.

3.pielikumā darba autore ir pievienojusi bilances aktīva un pasīva horizontālo analīzi par 2014. – 2015.gadu.

Analizējot 3.pielikumā pievienoto bilances horizontālo analīzi par 2014. un 2015.gadu, darba autore var secināt, ka vislielākās izmaiņas ir debitoru posteņos - +2318%-punkti, bet šeit jāņem vērā kopējais debitoru posteņu apjoms naudas izteiksmē, kur palielinājums ir par 394 eiro. Savukārt krājumu apjoms ir palielinājies gada laikā par 25% jeb 933 eiro un 2015.gadā krājumu apjoms sastāda 4718 eiro, bet naudas līdzekļu apjoms ir samazinājies par 30% jeb 267 eiro, un naudas līdzekļu apjoms 2015.gadā sastāda 635 eiro.

Bilances pasīvā būtiskākās izmaiņas ir notikušas kreditoru posteņos, kuru apjoms ir palielinājies par 22% gada laikā, un visvairāk pieauguši īstermiņa kreditori, kuru kopējais apjoms ir pieaudzis par 59%, un naudas izteiksmē vislielākais palielinājums ir postenī Pārējie kreditori, kur pieaugums ir 1270 eiro. Savukārt pašu kapitāla apjoms ir par 21% samazinājies, un ja 2014.gadā pašu kapitāla apjoms bija -2111 eiro, tad 2015.gadā -2556 eiro, kas nozīmē, ka uzņēmums turpina ciest zaudējumus.

4.pielikumā darba autore ir pievienojusi bilances aktīva un pasīva horizontālo analīzi par 2015. – 2016.gadu.

Izvērtējot 2015. un 2016.gada bilanci, izmantojot bilances horizontālās analīzes metodi, darba autore secina, 2016.gadā situācija ir uzlabojusies, jo:

- 2016.gadā uzņēmums ir sācis gūt peļņu, un pašu kapitāla posteņa lielums gada laikā ir pieaudzis par 144% punktiem.
- Kreditoru kopējais apjoms ir samazinājies par 32%, savukārt īstermiņa kreditoru posteņu apjoms ir samazinājies par 65%, jo par 2944 eiro ir samazinājies bilances postenis Pārējie kreditori.
- Naudas līdzekļu apjoms kontos un kasē ir pieaudzis par 1906 eiro, kas nozīmē, ka uzņēmuma rīcībā ir pietiekams naudas līdzekļu skaits, kurus ir iespējams nākamajos pārskata gados ieguldīt attīstībā.

Darba autore secina, ka vissliktākais finanšu gads bija 2014. un 2015.gads, kad uzņēmumam pieauga gan debitoru, gan kreditoru parādi, kā arī uzņēmums cieta būtiskus zaudējumus, bet jau 2016.gadā ir izdevies uzlabot situāciju un uzņēmums ir sācis gūt peļņu.

11.tabulā darba autore ir attēlojusi peļņas vai zaudējumu pārskata horizontālo analīzi par 2014. – 2015.gadu.

*11.tabula.Peļņas vai zaudējumu pārskata horizontālā analīze 2014. – 2015.gads(autore)*

Posteņi	2014 (eiro)	2015 (eiro)	Novirze	Dinamikas relatīvie lielumi		
				DI	%	Novirze
1.Neto apgrozījums	9924	16376	6452	1,65	165	65
2.Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	12365	16765	4400	1,36	136	36
<b>3.Bruto peļņa vai zaudējumi</b>	<b>-2441</b>	<b>-389</b>	<b>2052</b>	<b>0,16</b>	<b>16</b>	<b>-84</b>
4.Administrācijas izmaksas	72	56	-16	0,78	78	-22
5.Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	1060	0	-1060	0	0	-100
<b>6.Pārskata gada peļņa vai zaudējumi</b>	<b>-1453</b>	<b>-445</b>	<b>1008</b>	<b>0,31</b>	<b>31</b>	<b>-69</b>

Apģērbu veikala neto apgrozījums gada laikā ir pieaudzis par 65% jeb 6452 eiro un 2015.gadā sastāda 16 376 eiro, bet bruto peļņas vietā apģērbu veikalam ir zaudējumi 84 eiro apmērā, jo pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas ir pieaugušas par 4400 eiro un 2015.gadā sastāda 16 765 eiro.

Neto zaudējumi 2015.gadā ir samazinājušies par 1008 eiro, ka ir pieaudzis neto apgrozījums, un sastāda 445 eiro.

12.tabulā darba autore ir attēlojusi peļņas vai zaudējumu pārskata horizontālo analīzi par 2015. – 2016.gadu.

*12.tabula.Peļņas vai zaudējumu pārskata horizontālā analīze 2015. – 2016.gads (autore)*

Posteņi	2015 (eiro)	2016 (eiro)	Novirze	Dinamikas relatīvie lielumi		
				DI	%	Novirze
1.Neto apgrozījums	16376	22737	6361	1,39	139	39
2.Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	16765	18877	<b>2112</b>	1,13	113	13
<b>3.Bruto peļņa vai zaudējumi</b>	<b>-389</b>	<b>3860</b>	<b>4249</b>	<b>9,92</b>	<b>992</b>	<b>1092</b>
4.Administrācijas izmaksas	56	180	124	3,21	321	221
<b>5.Pārskata gada peļņa vai zaudējumi</b>	<b>-445</b>	<b>3680</b>	<b>4125</b>	<b>-8,27</b>	<b>-827</b>	<b>-927</b>

2016.gadu apģērbu veikals noslēdz ar neto peļņu 3680 eiro apmērā, kas ir pieaugums, salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu, par 4125 eiro. Un palielinājums ir noticis, ka 2016.gadā ir pieaudzis neto apgrozījums par 6361 eiro un sastāda 22 737 eiro, bet pārdotās produkcijas ražošanas izmaksu pieaugums nav bijis tik straujš un sastāda 2112 eiro, un procentuāli neto apgrozījuma apjoms ir mainījies par 39%, bet pārdotās produkcijas ražošanas izmaksu apjoms ir pieaudzis par 13%.

Darba autore secina, ka pārskata perioda sākumā apgērbu veikals cieta zaudējumus un kredīsaistību apjoms pieauga.

2016.gadā palielinājās darbības apjomi kā rezultātā 2016.gads tika noslēgts ar tīro peļņu 3680 eiro.

### **2.5.2. Apgērbu veikala “Elegance” finanšu pārskatu vertikālā analīze**

Apakšnodaļas ietvaros darba autore analizēs uzņēmuma gada bilanci un peļņas un zaudējumu pārskatus par 2014. – 2016.gadu, kuri ir pievienoti 1. un 2.pielikumā, izmantojot vertikālo analīzes metodi.

5.pielikumā darba autore ir pievienojusi bilances aktīva un pasīva vertikālo analīzi par 2014. – 2015.gadu.

2014.gadā bilances aktīvā visaugstākais īpatsvars ir krājumiem – 80,46% un 2015.gadā īpatsvars ir pieaudzis par 1,39% un sastāda 81,85%. Vislielākais īpatsvara pieaugums ir debitoru posteņos, kuru īpatsvars gada laikā ir pieaudzis par 6,77%, attiecīgi no 0,36% 2014.gadā līdz 7,13% 2015.gadā. Samazinājies naudas līdzekļu postenis, kura īpatsvars ir samazinājies par 8,16% salīdzinot 2014. gadu ar 2015. gadu.

Bilances pasīvā redzamas, ka visaugstākais īpatsvars ir kreditoru posteņiem 2014.gadā 144,88% un 2015. gadā 144,34%, jo abos gados pašu kapitāls ir negatīvs. Ilgtermiņa kreditoru īpatsvars 2014. gadā ir 90,75%, bet 2015. gadā 74,06%. Samazinājums parāda, ka ir pieaudzis īstermiņa kreditoru apjoms no 54,12% līdz 70,28%, salīdzinot 2014. gadu ar 2015. gadu.

6.pielikumā darba autore ir attēlojusi bilances aktīva un pasīva vertikālo analīzi par 2014. – 2015.gadu.

2016.gadā krājumu īpatsvars bilances aktīvā ir samazinājies par 25,17%, attiecīgi no 81,85% 2015.gadā līdz 56,68% 2016.gadā. Samazinājuma iemesls ir naudas līdzekļu posteņa īpatsvara pieaugums par 26,39% 2016.gadā. Debitoru posteņu īpatsvars 2016.gadā salīdzinājumā ar 2015.gadu ir samazinājies par 1,23% un 2016.gadā sastāda 5,9%.

Būtiskākās pārmaiņas ir notikušas bilances pasīvā, jo pašu kapitāla posteņa īpatsvars ir pieaudzis par 60,96% 2016.gadā salīdzinājumā ar 2015.gadu un sastāda 16,62%, kas ir noticis, jo pārskata gada nesadalītās peļņas postenis ir pieaudzis par 61,85%.

Kreditoru posteņu īpatsvars 2016.gadā (83,38%) salīdzinājumā ar 2015.gadu (144,34%) ir samazinājies par 53,54% ,jo uzņēmums ir guvis peļņu 2016.gadā (3680 eiro) un nav cietis zaudējumus kā 2015.gadā (-445 eiro). Samazinājušies īstermiņa kreditoru parādu apjomi, jo to īpatsvars gada laikā ir samazinājies par 49,7% un sastāda 20,58%, savukārt ilgtermiņa kreditoru parādu īpatsvars ir samazinājies no 74,06% līdz 62,08% 2016.gadā.

13.tabulā darba autore ir attēlojusi peļņas vai zaudējumu pārskata vertikālo analīzi par 2014. – 2015.gadu.

**13.tabula.Peļņas vai zaudējumu pārskata vertikālā analīze 2014. – 2015.gads (autore)**

Kārtas numurs	Postenis	2014	2015	2014 (%)	2015 (%)	Novirze (%)
1	Neto apgrozījums	9924	16376	90,35	100	9,65
2	Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	1060	0	9,65	0	-9,65
	Kopā ieņēmumi	10984	16376	100	100	0
1	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	12365	16765	99,421	99,667	0,246
2	Administrācijas izmaksas	72	56	0,579	0,333	-0,246
	Kopā izdevumi	12437	16821	100	100	0

2014.gadā apģērbu veikala ieņēmumi sastāvēja no diviem posteņiem – neto apgrozījuma un pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi, bet 2015.gadā apģērba veikals ieņēmumus guva tikai no pamatdarbības.

Apģērbu veikala izdevumu posteņi sastāv no diviem posteņiem – pārdotās produkcijas ražošanas izmaksām, kuru īpatsvars 2015.gadā salīdzinājumā ar 2014.gadu pieauga par 0,246% un sastāda 99,667%. Administrācijas izmaksu posteņa īpatsvars ir samazinājies no 0,579% 2014.gadā līdz 0,333% 2015.gadā.

14.tabulā darba autore ir attēlojusi peļņas vai zaudējumu pārskata vertikālo analīzi par 2015. – 2016.gadu.

**14.tabula.Peļņas vai zaudējumu pārskata vertikālā analīze 2015. – 2016.gads (autore)**

Kārtas numurs	Postenis	2015	2016	2015 (%)	2016 (%)	Novirze (%)
1	Neto apgrozījums	16376	22737	100	100	0
	Kopā ieņēmumi	16376	22737	100	100	0
1	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	16765	18877	99,667	99,055	-0,612
2	Administrācijas izmaksas	56	180	0,333	0,945	0,612
	Kopā izdevumi	16821	19057	100	100	0

2016.gadā apģērbu veikals ieņēmumus gūst tikai no pamatdarbības un ieņēmumu posteņi sastāv tikai no neto apgrozījuma. Savukārt izdevumu posteņos par 0,612% ir samazinājies pārdotās produkcijas ražošanas izmaksu īpatsvars, bet administrācijas izmaksu īpatsvars ir pieaudzis par 0,612%.

Darba autore secina, ka ieņēmumus apģērbu veikals sekmīgi pelna tikai no pamatdarbības, savukārt izdevumos ir tikai pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas un

minimāls administrācijas izmaksu apjoms. Pārdošanas izmaksas apģērbu veikalam vispār nav, kas nozīmē, ka apģērbu veikals neiegulda līdzekļus reklāmā.

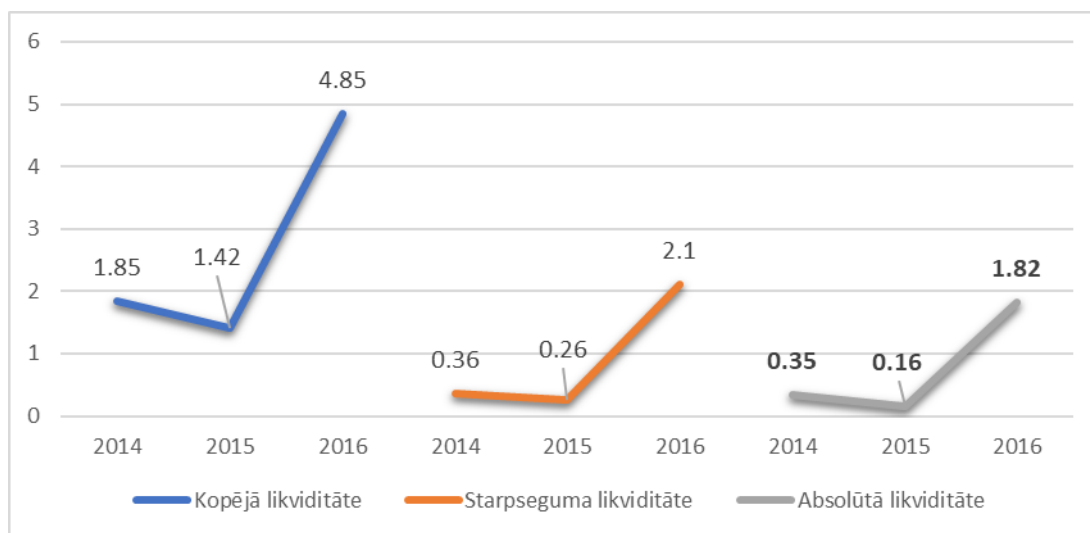
## 2.6. Finanšu rādītāju aprēķināšana un analīze

Apakšnodaļas ietvaros darba autore veiks apģērbu veikala finanšu rādītāju novērtēšanu, un tādējādi spēs novērtēt tā maksātspēju, iespēju atmaksāt savas saistības (t.i. – likviditāti), cik liels peļņas procents ir no dažādiem līdzekļu avotiem un vai uzņēmuma līdzekļi apgrozās pietiekami ātri, tādējādi šo rādītāju analīzes rezultāti parādīs, cik apģērbu veikala darbība ir sekmīga un vai ir nepieciešamas izmaiņas apģērbu veikala darbībā.

### 2.6.1. Likviditātes rādītāju analīze

Likviditātes rādītāji ir rādītāji, ar kuru palīdzību ir iespējams novērtēt uzņēmuma spēju atmaksāt savas īstermiņa saistības laikā. Apakšnodaļas ietvaros darba autore veiks apģērbu veikala “Elegance” likviditātes rādītāju aprēķinu, izmantojot 1.4.apakšnodaļā attānotās formulas un 1.pielikumā pievienoto bilanci un 2.pielikumā pievienoto peļņas vai zaudējumu pārskatu.

9.attēlā darba autore ir attēlojusi apģērbu veikala “Elegance” likviditātes rādītājus par laika periodu no 2014.gada līdz 2016.gadam.



9.attēls. Apģērbu veikala “Elegance” likviditātes rādītāji 2014. – 2016.gads

Saskaņā ar teorētiskām norādēm, kopējās likviditātes rādītāja optimālais lielums ir no 1 līdz 2, un 6.attēlā redzamie analīzes rezultāti parāda, ka 2014.gadā ir 1,85 vienības un 2015.gadā ir 1,42 vienības kopējās likviditātes rādītājs ir optimālās robežās. Rādītāja samazināšanās ir saistīta ar to, ka 2015.gadā salīdzinājumā ar 2014.gadu par 1060 eiro pieauga

apgrozāmo līdzekļu apjoms, bet īstermiņu saistību apjoms pieauga par 1505 eiro, tādējādi kopējās likviditātes rādītājs samazinājās par 0,43 vienībām.

2016.gadā kopējās likviditātes rādītājs sastāda 4,85 vienības. Jo apgrozāmo līdzekļu apjoms 2016.gadā pieaug līdz 6792 eiro, bet īstermiņa saistību apjoms samazinās līdz 1399 eiro. Dati parāda uzņēmuma pozitīvos un negatīvos aspektus. Pozitīvie- uzņēmums spēj samaksāt savas saistības, negatīvie- apgrozāmo līdzekļu apjoms pieaudzis uz naudas līdzekļu konta rēķina 2015.gadā – 635 eiro, 2016.gadā – 2541 eiro, un pēc darba autores domām, šie naudas līdzekļi (vismaz daļa) būtu jāiegulda uzņēmuma attīstībā un darbības apjoma veicināšanā.

Starpseguma likviditātes rādītājam optimālais lielums tirdzniecības uzņēmumiem ir robežās no 0,7 līdz 0,8. 6.attēlā redzams, ka 2014.gadā 0,36 un 2015.gadā 0,26, kas ir zem noteiktās robežas (0,7- 0,85). Iegūtie rezultāti izskaidrojami ar to, ka veicot aprēķinus, tiek ņemta nost krājumu summa, kas saistīta lielāko daļu no uzņēmuma apgrozāmajiem līdzekļiem.

2016. gadā rādītājs palielinās līdz 2,1 vienībām, kas pārsniedz noteikto robežu 0,7- 0,8. Palielinājums saistīts ar to, ka 2016.gadā par 1906 eiro pieaug naudas līdzekļu apjomi, par 868 eiro samazinās krājumu apjoms un par 2652 eiro samazinās īstermiņa saistību apjoms. Starpseguma likviditātes rādītāja analīzes rezultāti parāda, ka pirmajos divos pārskata perioda gados uzņēmums nespēja segt savas īstermiņa saistības, bet 2016.gadā jau spēj, un tādējādi pārskata periodā uzņēmums svārstās divās galējībās (pārāk zems rādītājs vai tieši pretī, pārāk augsts rādītājs), un lai šo rādītāju stabilizētu pēc darba autores domām, ir nepieciešams naudas līdzekļus kontā ieguldīt pārdomāti uzņēmuma attīstībā un veicināt apgrozāmo līdzekļu apjoma pieaugumu.

Teorētiski netiek noteikts viens absolūtās likviditātes rādītāja lielums, un tiek uzskatīts, ka jo lielāks, jo ir vairāk līdzekļu parādu apmaksai, bet bankas izsniedzot kredītu pielieto 0,2 – 0,25 rādītāja lielumu, un darba autore analizējot uzņēmuma rādītājus, balstīsies uz šo lielumu, un kā var redzēt 6.attēlā, tad nevienu gadu rādītāja lielums nav optimālās robežās, jo 2014.gadā rādītāja lielums sastāda 0,35 vienības, 2015.gadā – 0,16 vienības, bet 2016.gadā 1,82 vienības, kas ir saistīts ar to, ka katru gadu svārstās gan īstermiņa saistību apjoms, gan naudas līdzekļu apjoms, un viszemākais rādītāja lielums 2015.gadā ir saistīts ar to, ka naudas līdzekļu apjoms bija viszemākais – 635 eiro, bet īstermiņa saistību apjoms bija visaugstākais visā periodā – 4051 eiro, un 2016.gadā bija pretēji. Bet ja nevērtējam absolūtās likviditātes rādītāja lielumu pēc bankas koeficienta, bet pēc tā, ka jo vairāk, jo labāk, tad 2016.gadā rādītāja lielums ir optimālais un uzņēmumam ir ievērojami uzlabojušies likviditātes rādītāji.

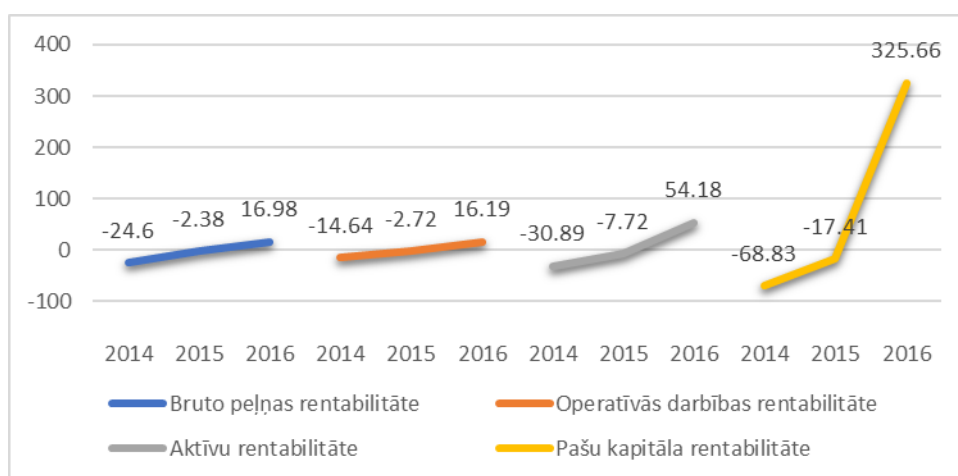
Likviditātes rādītāju analīze parādīja, ka 2014. un 2015.gadā uzņēmums nespētu segt visas savas īstermiņa saistības ar apgrozāmiem līdzekļiem, bet 2016.gadā ņemot vērā īstermiņa saistību apjoma samazināšanos un apgrozāmo līdzekļu pieaugumu, visi likviditātes rādītāji

ievērojami pārsniedz normas robežās, bet pozitīvi ir tas, ka uzņēmums spēj segt savas saistības un plānot attīstības iespējas uz nākamajiem gadiem.

## 2.6.2. Rentabilitātes rādītāji

Rentabilitātes rādītāji atspoguļo uzņēmuma panākumus peļņas gūšanā. Apakšnodaļas ietvaros darba autore veiks apgērbu veikala “Elegance” rentabilitātes rādītāju aprēķinu, izmantojot 1.4.apakšnodaļā attāinotās formulas un 1.pielikumā, un 2.pielikumā pievienoto peļņas vai zaudējumu pārskatu.

10.attēlā darba autore ir attēlojusi apgērbu veikala “Elegance” rentabilitātes rādītājus par laika periodu no 2014.gada līdz 2016.gadam.



### 10.attēls. Apgērbu veikala “Elegance” rentabilitātes rādītāji 2014. – 2016.gads (autore)

Analizējot 10.attēlā attēlotos apgērbu veikala “Elegance” rentabilitātes rādītājus, darba autore var secināt, ka trijiem rentabilitātes rādītājiem – bruto peļņas, aktīvu un operatīvās darbības – 2014. un 2015.gadā ir negatīvi rādītāji, kas liecina par to, ka pirmajos divos pārskata gados uzņēmums ir cietis zaudējumus, kas ir saistīts ar to, ka mainījās produkcijas iepirkšanas cenas, bet pārdošanas apjomi palielinot cenas, tik strauji nemainījās, bet jau nākamajā gadā pārdošanas apjomi pieauga, kas pēc darba autores domām, varētu būt saistīts ar diviem iemesliem – klienti samierinājās ar jaunajām cenām un ir apmierināti ar apgērbu veikala piedāvātas produkcijas kvalitāti, kā arī konkurentu cenu līmenis mainījās uz augšu, un tādējādi nav pieejami lētāki un kvalitatīvāki piedāvājumi Saldus pilsētā.

Bruto peļņas rentabilitātes rādītāja lielums 2014.gadā sastāda -24,6 vienības un 2015.gadā -2,38 vienības, bet jau 2016.gadā rādītāja lielums ir uzlabojies līdz 16,98 vienībām, kas ir saistīts ar to, ka ja 2014.gada bruto peļņas vietā bija 2441 eiro lieli zaudējumi un 2015.gadā zaudējums apjoms bija 389 eiro, tad jau 2016.gadā uzņēmums guva bruto peļņu – 3860 eiro, kas ir saistīts ar to, ka 2016.gadā salīdzinājumā ar 2015.gadu pieauga neto apgrozījums no 16 376 eiro līdz

22 737 eiro, savukārt pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas ir pieaugušas no 16 765 (2015.gadā) līdz 18 877 eiro (2016.gadā), tādējādi neto apgrozījums ir audzis 3 reizes ātrāk nekā pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas, kas tādējādi galarezultātā ļāva uzņēmumam gadu noslēgt ar bruto peļņu.

Operatīvās darbības rentabilitātes rādītājs 2014.gadā bija -14,64 vienības, 2015.gadā - 2,72 vienības parāda, ka 2014. gadu un 2015. gadu uzņēmums beidza ar zaudējumiem, bet 2016.gadā bija 16,19 vienības un uzņēmums guva 3680 eiro lielu neto peļņu, kas ir saistīts ar neto apgrozījuma pieauguma attiecību pret pārdotās produkcijas ražošanas izmaksām (skat. bruto peļņas rentabilitātes aprakstu).

Izvērtējot aktīvu rentabilitātes rādītāju, var secināt, ka 2014.gadā tā lielums bija -30,89 vienības, 2015.gadā - -7,72 vienības, bet jau 2016.gadā – 54,18 vienības, pieaugums ir saistīts ar neto peļņas apjoma pieaugumu un aktīvu kopējā apjoma pieaugumu.

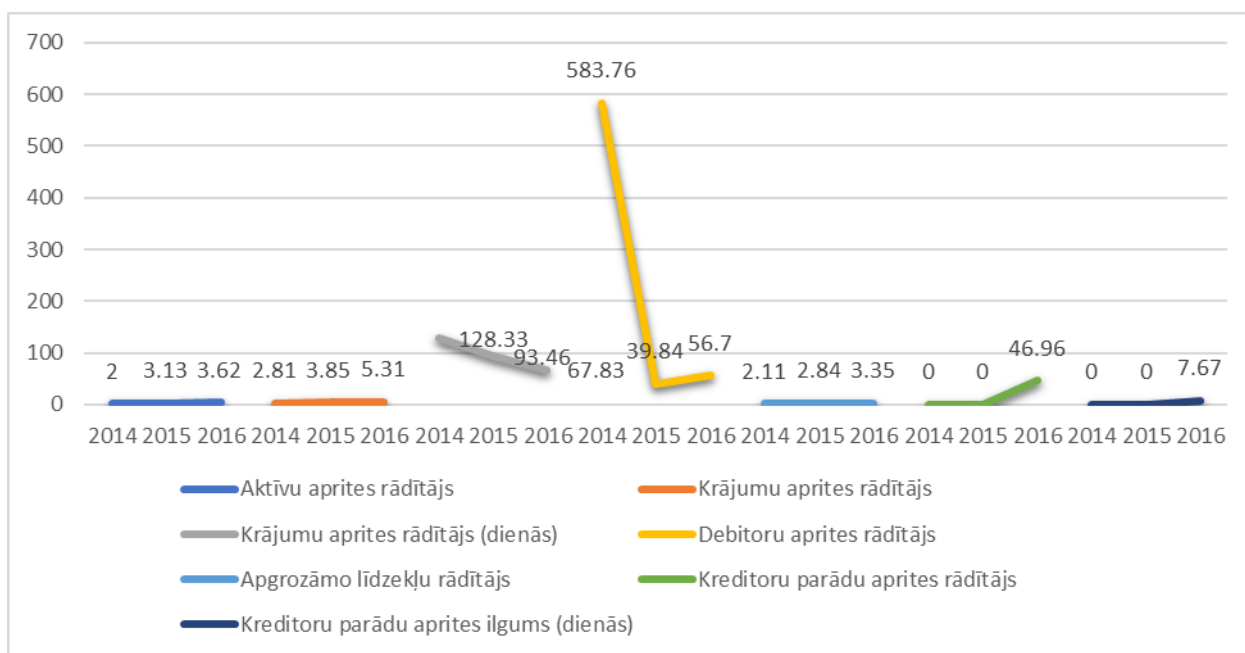
Pašu kapitāla rentabilitātes negatīvie rādītāji saistīti ar to, ka 2014. gadā -68,83 vienības un 2015. gadā -17,41 vienības, ko uzņēmums noslēdza ar zaudējumiem.

2016. gadā pašu kapitālu rentabilitāte ir pozitīva 325,66 vienības, jo uzņēmums gadu beidza ar neto peļņu 3680 eiro. 2016.gadā Peļņas vai pārskatā un bilances pasīva postenis “Pašu kapitāls” 2016.gadā ir 1130 eiro liels, kas nozīmē, ka uzņēmums pārskata gadu noslēdza ar peļņu. Pašu kapitāla rentabilitātes rādītājs ir viens no svarīgākajiem rādītājiem uzņēmuma vadībai, jo tas parāda, cik lielu peļņas apjomu uzņēmums gūst no pašu kapitāla. Uzņēmuma spēja 2016.gadā gūt peļņu no pašu kapitāla ir pozitīvs rādītājs, un parāda, ka uzņēmums ir spēris pareizos soļus uzņēmuma finanšu situācijas uzlabošanai 2016.gada laikā.

### **2.6.3. Aktivitātes rādītāju analīze**

Aktivitātes rādītāji raksturo, cik efektīvi uzņēmums izmanto piesaistīto kapitālu jeb līdzekļus, lai iegūtu ieņēmumus no preču vai pakalpojumu pārdošanas, kā arī tie rāda uzņēmuma līdzekļu aprites ātrumu un sniedz informāciju par līdzekļos ieguldītā kapitāla izmantošanas efektivitāti. Apakšnodaļas ietvaros darba autore veiks apgērbi veikala “Elegance” aktivitātes rādītāju aprēķinu, izmantojot 1.4.apakšnodaļā atainotās formulas un 1.pielikumā pievienoto bilanci un 2.pielikumā pievienoto peļņas vai zaudējumu pārskatu.

11.attēlā darba autore ir attēlojusi apgērbi veikala “Elegance” aktivitātes rādītājus par laika periodu no 2014.gada līdz 2016.gadam.



### 11.attēls. Apģērbu veikala "Elegance" aktivitātes rādītāji 2014. – 2016.gads (autore)

Balstoties uz teorijas materiāliem, ir ieteicams, ka aktīvi apirit vismaz vienu reizi gada laikā, un kā redzams 8.attēlā, tad aktīvu aprites rādītājs uzņēmumam pieaug katru gadu, attiecīgi no 2 reizēm 2014.gadā līdz 3,62 reizēm 2016.gadā, kas ir saistīts ar to, ka visu pārskata periodu uzņēmumam pieaug neto apgrozījums (2014.gadā – 9924 eiro, 2016.gadā – 22 737 eiro), un neto apgrozījums pieaug straujāk nekā aktīvu vidējais apjoms.

Krājumu aprites rādītājs pieaug visu pārskata periodu, no 2,81 dienām 2014.gadā līdz 5,31 dienām 2016.gadā, kas ir saistīts ar neto apgrozījuma pieaugumu un krājumu apjoma nelielo pieaugumu 2015.gadā (līdz 4718 eiro). Apgrozāmo līdzekļu aprites rādītājs uzņēmumam pieaug visu pārskata periodu, attiecīgi no 2,11 reizēm 2014.gadā līdz 3,35 reizēm 2016.gadā, kas ir saistīts ar to, ka neto apgrozījums pārskata periodā ir pieaudzis 2,29 reizes, bet apgrozāmie līdzekļi tikai 1,44 reizes, un 2016.gadā rādītājs parāda, ka uzņēmuma resursi 2016.gadā strādā labāk un ātrāk apirit, ko arī parāda citi uzņēmuma finanšu rādītāji. Pēc darba autores domām, uzņēmumam ir jāturpina uzlabot tieši Krājumu aprites rādītājs, jo tas parāda uzņēmuma līdzekļu kustību.

Debitoru parādu aprites rādītāji svārstās visu pārskata periodu, attiecīgi 2014.gadā rādītāja lielums bija 583,76 vienības, 2015.gadā samazinājums līdz 39,84 vienībām, jo 2014.gadā debitoru parādu apjoms sastādīja tikai 17 eiro, bet jau 2015.gadā debitoru parādu apjoms pieauga līdz 411 eiro. Savukārt 2016.gadā rādītājs pieauga līdz 56,70 vienībām, jo pieaug neto apgrozījums par 6361 eiro, bet debitoru parādu apjomi samazinās līdz 401 eiro.

Darba autore novērtē uzņēmuma debitoru politiku kā sekmīgu, jo kopējais debitoru parādu apjoms ir ļoti zemā līmenī, un nav novērojamas tendences, ka tie pieaugtu.

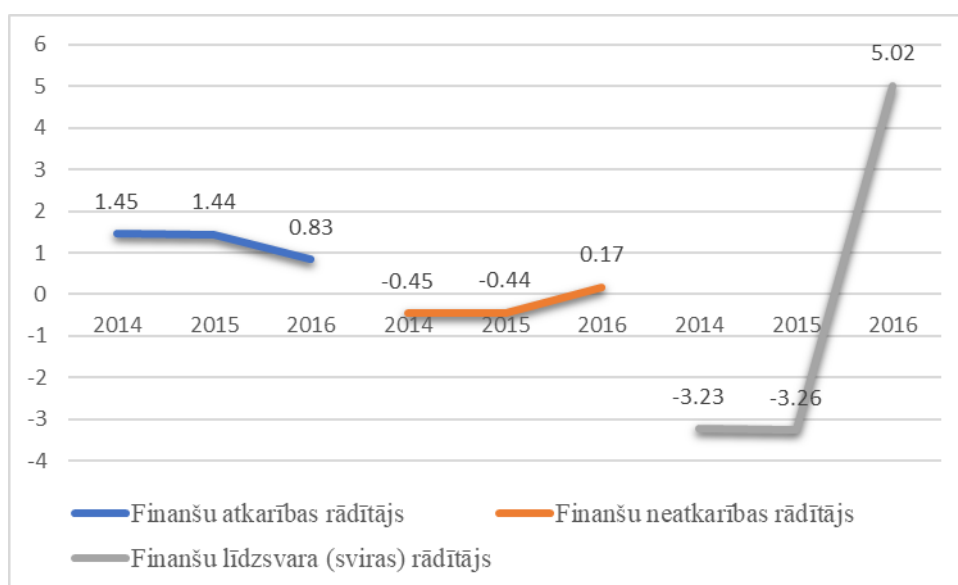
Kreditoru parādu aprites rādītājs un kreditoru parādu aprites ilgums dienās tiek aprēķināts tikai par 2016.gadu, jo 2014. un 2015.gadā uzņēmumam nav parādu pret piegādātājiem un darba ņēmējiem. Kreditoru parādu aprites rādītāja lielums 2016.gadā sastāda 46,96, bet kreditori parādi aprit 7,67 dienās, un pēc darba autores domām, kreditoru parādi uzņēmumam aprit pietiekami ātri, un arī bilances posteņa “Parādi piegādātājiem un darba ņēmējiem” lielums ir neliels – 402 eiro.

Darba autore var secināt, ka aktivitātes rādītāji uzņēmumam ir normas robežās. Visi aktīvi aprit un iespējams arī novērot tendenci, ka rādītāji katru gadu uzlabojas, kas parāda to, ka uzņēmuma administrācija aktīvi strādā pie tā, lai uzlabotu finanšu rādītājus, kas dod rezultātu.

#### 2.6.4. Maksātspējas rādītāju analīze

Maksātspējas rādītāji atspoguļo uzņēmuma spēju segt savas īstermiņa un ilgtermiņa saistības un maksātspējas rādītāju novērtēšana ir viens no svarīgākajiem kritērijiem uzņēmuma finanšu stāvokļa novērtēšanas procesā. Apakšnodaļas ietvaros darba autore veiks apgērba veikala “Elegance” maksātspējas rādītāju novērtējumu, izmantojot 1.4.apakšnodālā attainotās formulas un 1.pielikumā pievienoto bilanci un 2.pielikumā pievienoto peļņas vai zaudējumu pārskatu.

12.attēlā darba autore ir attēlojusi apgērba veikala “Elegance” maksātspējas rādītājus par laika pierodu no 2014.gada līdz 2016.gadam.



12.attēls. Apgērba veikala “Elegance” maksātspējas rādītāji 2014. – 2016.gads (autore)

Balsoties uz teoriju par Finanšu atkarības rādītāju pieņemtais optimālais lielums ir +/-0,4, bet kā ir redzams 9.attēlā, tad visos trīs pārskata gados rādītāja lielums ievērojami pārsniedz optimālo rādītāju, attiecīgi 2014.gadā 1,45, 2015.gadā 1,44 un 2016.gadā 0,83 vienības. Un tik

augsts rādītāja lielums ir izskaitļojams ar to, ka 2014.gadā un 2015.gadā visu saistību summa pārsniedza aktīvu kopsummu (2014.gadā par 2111 eiro, 2015.gadā par 2556 eiro), bet 2016.gadā visu saistību summa samazinājās par 2652 eiro, bet aktīvu kopsumma palielinājās par 1028 eiro, tādējādi uzņēmumam samazinājās finanšu atkarība no aizņemtā kapitāla, bet rādītāja lielums, neskatoties uz samazinājumu, 2 reizes pārsniedz optimālos rādītājus, un pēc darba autores domām, uzņēmumam ir jāturpina samazināt saistības, un vislielākais saistību apjoms uzņēmumam ir ilgtermiņa kreditoru posteņos, kurus arī ir nepieciešams samazināt.

Balstoties uz teoriju par Finanšu neatkarības rādītāju, un tam vēlamā robeža ir vismaz 0,5 vienību lielums, bet kā redzams 9.attēlā, tad 2014.gadā un 2015.gadā rādītājs ir negatīvs (dēļ negatīva pašu kapitāla), bet 2016.gadā rādītājs pieauga līdz 0,17 vienībām, jo tieši 2016.gadā uzņēmums sāka gūt peļņu zaudējumu vietā, kā arī par 2652 eiro samazinājies aizņemtā kapitāla apjoms, bet neskatoties uz to, uzņēmumam ir augsts atkarības līmenis no aizņemtā kapitāla.

Pēc darba autores domām, lai uzlabotu finanšu neatkarības rādītāju, uzņēmumam ir jāturpina efektīvi palielināt kopējo apgrozījumu, tādējādi veicinot peļņas apjomu pieaugumu, kā arī nepieciešams atgriezt ilgtermiņa kreditoriem viņu aizņēmumu, lai samazinātu saistību apjomu.

Analizējot finanšu līdzsvara (sviras) rādītāju, darba autore secina, ka uzņēmumam ir augsta atkarība no aizņemtā kapitāla, jo visos pārskata gados saistību apjoms ievērojami pārsniedz pašu kapitāla apjomu. Pēc darba autores domām, ir nepieciešams samazināt saistību apjomus pret uzņēmuma vadību (skat. Bilances posteni – Ilgtermiņa kreditori/Citi aizņēmumi), kā arī ir nepieciešams palielināt uzņēmuma darbības apjomus, kas ļaus palielināt neto peļņas apjomus, un samazināt uzņēmuma atkarību no aizņemtā kapitāla.

Darba autore secina, ka maksātspējas rādītāju analīze parādīja, ka uzņēmumam ir augsta atkarība no aizņemtā kapitāla, bet ir novērojama pozitīva tendence, ka 2016.gadā šī atkarība ir samazinājusies, kas parāda, ka 2016.gadā veikala vadība ir pieņēmusi pareizos lēmumus uzņēmuma darbības attīstībā, un turpina strādāt pie tā, lai paplašinātu uzņēmuma darbību.

## **2.7. Otrās nodaļas kopsavilkums**

Veicot veikala “Elegance” darbības novērtējumu darba autore secina:

- Galvenie produktu veidi - sieviešu apģērbs, aksesuāri, apakšveļa.
- No 2014. gada līdz 2016. gadam veikala darbībā vērojama izaugsme.
- Veikala galvenā misija Saldus iedzīvotājiem sniegt tādu piedāvājumu, lai apmierinātu pieprasījumu.

- Uzņēmuma tiešie ietekmējošie faktori ir patērētāji, starpnieki, konkurenti, valsts iestādes, nodokļi un ārējie ietekmējošie faktori ir ekonomiskie, politiskie, zinātniski tehniskie, sociālkultūras, starptautiskie, demogrāfiskie.
- No 2014. gada – 2016. gadam veikala darbībā ir vērojama izaugsme.
- 2016. gadā ir sācis gūt peļņu 3860 eiro salīdzinot ar 2015. gadu, kad bija – 389 eiro.
- Kopējās likviditātes rādītāji 2014. gadā un 2015. gadā bijuši optimālās robežās ( 1-2 ), attiecīgi 1,85 un 1,42, bet 2016. gadā, tas bijis 4,85, kas norāda, uz to, ka veikals mainot piedāvājumu no firmas drēbēm, kurām bija augstāka cena pakāpeniski sāka piedāvāt arī vidējas kvalitātes apģērbu un zemākas cenas bija pareizais lēmums.
- Bruto peļņas rādītāji 2014. gadā un 2015. gadā attiecīgi bija - 24,6 vienības un – 2,38 vienības, kas liecina par to, ka 2016. gadā uzņēmums guva bruto peļņu 3860 eiro un palielinājās neto apgrozījums no 16376 eiro (2015. gadā) līdz 22737 eiro (2016. gadā).

### **3. APĢĒRBU VEIKALA "ELEGANCE" PILNVEIDOŠANAS IESPĒJAS**

Veicot apģērba veikala "Elegance" situācijas izvērtējumu, pielietojot SVID, iekšējās un ārējās vides faktoru novērtējumu un finanšu analīzes metodes darba autore konstatēja, ka galvenās apģērba veikala problēmas ir sekojošas:

- Uzņēmuma aktīva bilancē ir liels naudas līdzekļu apjoms, kuru ir iespējams ieguldīt uzņēmuma darbības attīstībā.
- Netiek veiktas klientu aptaujas un klientiem ir iespēja izteikt savu viedokli tikai pārdēvējam, kurš nespēj visu piefiksēt.
- Uzņēmumam nav izveidota nekāda veida pārstāvniecība Web vidē, kas ierobežo uzņēmuma iespējas paplašināt auditoriju un veicināt klientu skaita pieaugumu.
- Uzņēmuma maksātspējas rādītāji ievērojami pārsniedz optimālos rādītājus un lielākais saistību apjoms ir tieši ilgtermiņa kreditoru posteņos.
- Uzņēmuma galvenais drauds ir liels konkurentu skaits, kā arī ierobežotais patērētāju skaits, kas katru gadu Saldū samazinās.

Pamatojoties uz konstatētām problēmām, darba autore uzskata, ka ir nepieciešams paplašināt veikala darbību, un ņemot vērā, ka paplašināt telpas nav iespējams, ir nepieciešams:

- Izveidot apģērba veikalam internetveikalu.
- Piedāvāt plašāku klāstu apģērba korpulentām sievietēm un to akcentēt.

#### **3.1. Internetveikala izveide apģērba veikalam "Elegance"**

Izveidot internetveikalu ir iespējams trīs veidos:

1. Piesaistīt specializētu uzņēmumu, kurš veiks internetveikala izveidi un administrēs to pēc izveides, bet cenas sākot no 1000 eiro internetveikala izveidei, cena paaugstinās attiecīgi preču skaitam.
2. Piesaistīt datortehnikas speciālistu, kurš izstrādās internetveikalu un arī to administrēs, bet šāds veids paredz vairākus riskus – nekvalitatīvs darbs, var jebkurā brīdī pārtraukt darba attiecības.
3. Izveidot internetveikalu, izmantojot Web konstruktora [www.mozello.lv](http://www.mozello.lv) sniegtās iespējas, piesaistot specializētu personu šajos jautājumos, kura arī spēs nodrošināt internetveikala papildinājumu ar nepieciešamo saturu pēc internetveikala izveides.

Pēc darba autores domām, piemērotais variants ir trešais, jo pirmajā variantā ir augsts izmaksu līmenis, kurš tikai pieaugs izveides procesā, savukārt otrajā variantā ir augsti riski neiegūt izveidotu internetveikalu.

Internetveikala izveidei [www.mozello.lv](http://www.mozello.lv) būs sekojošas izmaksas:

- Personāla piesaiste internetveikala izveidei.
- Internetveikala satura izveidošana un publicēšana internetā.
- Personāla piesaiste internetveikala administrēšanai pēc internetveikala izveides produktu saraksta papildināšanai.
- Esošo apgērbu veikala pircēju analīze un pircēju profila izveide.
- Visu apgērba veikala datu ievade noliktavas/grāmatvedības/Excel sistēmās.
- Mozello Premium Plus konta iegāde (šis konts ir vienīgais, kurš sniedz iespēju publicēt vairāk nekā 30 produktu vienības internetveikalā).
- Rezerves izmaksu neparedzētiem gadījumiem.

Internetveikala izveides izmaksas detalizēti darba autore ir attēlojusi 14.tabulā.

**14.tabula. Internetveikala izveides izmaksu novērtējums (autore)**

Izmaksu pozīcija	Cena par 1 mēnesi/izveidi (eiro)	Kopējā summa gadā (eiro)
Visu datu ievade sistēmā	100	100
Internetveikala izveide	500	500
Internetveikala administrēšana un produktu saraksta papildināšana	20	240
Mozello Premium Plus konta iegāde	12	144
Reklāmai	30	360
<b>Kopā</b>	<b>662</b>	<b>1344</b>

Kopējās izmaksas pirmajā mēnesī sastādīs 662 eiro, kuru skaitā ietilpst internetveikala izveide, satura izveide un reklamēšana e- vidē. Svarīgi izveidot esošo pircēju profilu, jo pēc tā būs iespējams izvērtēt, ko klients iegādājies attiecīgajā laika periodā, ja tiek veidota pārdoto preču statistika attiecīgajā laika posmā. Saglabāsies pārdoto preču vēsture.

### 3.2. Jauna piedāvājuma izveide apģērbu veikalam “Elegance”

Papildus, lai piesaistītu jaunu auditoriju apģērbu veikalam, ir nepieciešams papildināt esošo piedāvājumu un pēc darba autores domām, labākā iespēja ir izveidot plašāku piedāvājumu korpulentām sievietēm. Izmaksas darba autore ir attēlojusi 15. tabulā.

*15.tabula. Jaunā piedāvājuma izveides izmaksas (autore)*

Apģērba nosaukums	Apģērba izmēri	Veikala cena (eiro)	Iepirkuma cena (eiro)	Vienību skaits	Kopējā summa par nepieciešamajiem izmēriem
Kleita Nr.1	50,52	60	30	2	60,00
Kleita Nr.2	48,50,52	64	32	3	96,00
Kleita Nr. 3	45,50,52	44	22	3	66,00
Kleita Nr. 4	48,50,52	43	21,5	3	64,50
Žakete Nr.1	46,48,50,52	28	14	4	56,00
Žakete Nr.2	48,5	30	15	2	30,00
Svārki Nr. 1	48,50,52	42	21	3	63,00
Svārki Nr. 2	50,52	40	20	2	40,00
Blūze Nr. 1	46,48,50	26	13	3	39,00
Blūze Nr. 2	48,50,52	28	14	3	42,00
Blūze Nr. 3	48,50,52	25	12,5	3	37,50
<b>Kopā:</b>		<b>430,00</b>	<b>215,00</b>	<b>31</b>	<b>594,00</b>

Jauna piedāvājuma izveidei korpulentām sievietēm tiek plānots iegādāties 31 produkcijas vienības, kuru kopējās iegādes izmaksas sastādīs 594 eiro.

Lai aprēķinātu potenciālo peļņu un izmaksas visu jaunu risinājumu ieviešanai, darba autore visu izmaksu un ieņēmumu datus ir apkopojusi 16.tabulā.

*16.tabula. Kopējās izmaksas un prognozētie ieņēmumi (autore)*

Izmaksas	Pirmajā mēnesī	Gadā
Internetveikala izveide, reklāma	662	1344
Jaunu apģērbu piedāvājuma izveide	594	7128
<b>Kopā:</b>	<b>1256</b>	<b>8472</b>
Ieņēmumi	Mēnesī	Gadā
Web vide	250	3000
Jaunu apģērbu pārdošana	975	11700
<b>Kopā:</b>	<b>1225</b>	<b>14700</b>

Kā redzam 16.tabulā, tad kopējas izmaksas mēnesī uz visu risinājumu izveidi un ieviešanu sastādīs 1256 eiro, gada kopējās izmaksas sastādīs 8472 eiro, pirmajā mēnesī pie

izmaksām tiek iekļautas izveides izmaksas, bet nākamajos mēnešos tās netiek iekļautas. Vidējā cena jaunajam apģērbam būs 39 eiro un mēnesī plānots pārdot 25 vienības ( 975 eiro).

Plānotie ieņēmumi no pārdotā apģērba korpulentām sievietēm mēnesī būs 1225 eiro un gadā 14700 eiro un bruto peļņa 6228 eiro.

Plānotie ieņēmumi internetveikalā pirmajos 6 mēnešos būs 200 eiro, bet otrajā pusgadā 300 eiro mēnesī, tādējādi vidējā summa mēnesī sastādīs 250 eiro, bet gadā 3000 eiro.

Izvērtējot izmaksas un ieņēmumus, darba autore uzskata, ka apģērba veikala vadībai ir izdevīgi ieviest šos risinājumus praktiskā veikala darbībā, jo tas sniegs dažādas iespējas sasniegt savu mērķauditoriju, kā arī ņemot vērā darba autores aprēķinus, palielināt gan apģērba veikala ieņēmumu apjomu, gan peļņas apjomu.

## SECINĀJUMI

1. Lielākie apģērbu veikala konkurenti ir lietoto apģērbu veikali, kuri spēj piedāvāt plašāku sortimentu par zemākām cenām.
2. Galvenās apģērbu veikala stiprās puses ir pieredzējusi vadība un personāls. Lojāls klientu loks, bet pie iespējām - interneta veikala izveide un kā jauninājums – apģērbs korpulentām sievietēm.
3. Inovāciju izmaksas ir 1256 eiro ( interneta veikala izveide 662 eiro un apģērbs korpulentām sievietēm 594 eiro), bet prognozētā bruto peļņa 6228 eiro (interneta veikalam 3000, bet apģērbam 4572 eiro).
4. Bruto peļņas rentabilitāte 2014.gadā (-24,6 vienības) un 2015. gadā (-2,38 vienības) bija negatīva, bet 2016. gadā, tā bija 16,98 vienības. 2016. gada bruto peļņa bija 3860 eiro.
5. Krājuma aprites rādītājs 2016. gadā (5,31 vienības) salīdzinājumā ar 2014. gadu ( 2,81 vienības) ir palielinājies par 61,58%, jo palielinājās neto apgrozījums 2016. gadā ( 22737 eiro) salīdzinājumā ar 2014. gadu ( 9924 eiro) par 78,46 % un krājumu apjoms 2016. gadā ( 4718 eiro) salīdzinājumā ar 2014. gadu ( 3785 eiro) par 21,95%.
6. Visu pārskata periodu apģērbu veikalam palielinās neto apgrozījums, attiecīgi 2014.gadā neto apgrozījums sastādīja 9924 eiro, 2015.gadā 16 376 eiro un 2016.gadā 22 737 eiro, jo apģērbu veikala vadītāja ir papildinājusi apģērbu veikala preču klāstu un pievērsusi lielāku uzmanību patērētāju vēlmēm.
7. Rentabilitātes rādītāji parāda, ka no 2014- 2015.gadam rentabilitātes rādītāji ir negatīvi un apģērbu veikals ir cietis zaudējumus, bet 2016.gadā par 16,98 vienībām pieaug bruto peļņas rentabilitāte, par 16,19 vienībām pieaug operatīvās darbības rentabilitāte, par 54,18 vienībām pieaug aktīvu rentabilitāte un par 325,66 vienībām pieaug pašu kapitāla rentabilitāte, jo 2016.gadā palielinājās apģērbu veikala neto apgrozījums,
8. Likviditātes rādītāji parāda, ka 2014 un 2015.gadā nespēja segt savas īstermiņa saistības ar apgrozāmiem līdzekļiem. 2016.gadā apgrozāmie līdzekļi palielinājas līdz 6792 eiro un samazinājās īstermiņa saistības līdz 1399 eiro, kas liecina par uzņēmuma spēju segt īstermiņa saistības 2016.gadā.

9. Īstermiņa kreditori 2015.gadā salīdzinājumā ar 2014.gadu ir palielinājušies par 59% ( 1505 eiro), jo veikala īpašniece produkcijas iegādei apgērbu veikalam aizdeva personīgos līdzekļus.
10. 2016.gadā salīdzinājuma ar 2015. gadu apgērbu veikala pārskata gada peļņa palielinājusies par 144% ( 3680 eiro), jo tika paplašināts preču sortiments.
11. 2015.gadā salīdzinājumā ar 2014.gadu ir palielinājies neto apgrozījums par 6452 eiro un pieaugušas pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas par 4400 eiro, jo 2015.gadā apgērbu veikals pārdošanā piedāvāja lielāku klāstu ar kleitām.
12. Bilances vertikālajā analīzē kreditori 2014.gadā ir 144,88% un 2015.gadā ir 144,34%, jo apgērbu veikala zaudējumi 2014.gadā bija -2111 eiro, bet 2015.gadā -2556 eiro.
13. Bilances pasīva vertikālā analīze par 2015./2016.gadu parādīja, ka 2016.gadā par 60,96% ir samazinājies kreditoru posteņu īpatsvars un 2016.gadu apgērbu veikals noslēdz ar 3680 eiro lielu pārskata gada peļņu, jo apgērbu veikalam 2016.gadā palielināja apgrozījumu un samazināja izmaksas.

## PRIEKŠLIKUMI

1. Apģērba veikala vadībai ir nepieciešams apsvērt apģērba veikala piedāvājuma paplašināšanu piedāvājot apģērba korpulentām sievietēm, kas sniegs iespēju paplašināt apģērba veikala piedāvājumu un to akcentēt.
2. Pētīt konkurentu darbību un viņu piedāvājumu. No viņiem pārņemot interesantas idejas, piedāvājumus un ieviešot apģērba veikalā "Elegace".
3. Apģērba veikala saistību samazināšanai un darbības apjomu veicināšanai nepieciešams izveidot apģērba veikalam internetveikalu un paplašināt apģērba veikala piedāvājumu, kas palielinās apģērba veikala noieta apjomus un peļņu.
4. Noskaidrot klientu viedokli un tādējādi uzlabot apģērba veikala darbību. Izveidot klientu apmierinātības anketu, kura ir jānovieto pašā veikalā un jāaicina klientus šo anketu aizpildīt.
5. Uzņēmuma galvenais mērķis ir gūt peļņu, lai to sasniegtu ir nepieciešams izmantot dažādus līdzekļus un viens no tiem ir reklāma. Darba autore uzņēmumam iesaka vairāk sevi reklamēt dažādos interneta portālos, avīžu izdevumos.
6. Pādevējām jādarbojas veikalā un interneta veikalā. Vadītājam jāuzņemas reklamēšana un interneta veikala papildināšana un jaseko, lai inovācijas attīstītos.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Alsiņa . (2000). *Vadības grāmatvedības pamati*. Rīga: RaKa.
2. Alsiņa R., Bojarenko J., Marinska K. (2011). *Vadības grāmatvedība: teorija un prakse*. Rīga: SIA KIF "Biznesa komplekss".
3. Altman , E.; Hotchkiss, E.;. (2006). *Corporate financial distress and bankruptcy*. London: John Wiley and Sons.
4. Baumol, W., & Blinder, S. (2015). *Microeconomics: Principles and policy*. Independence: Cengage learning.
5. Breslava, J. (2003). Analizē ir tik dažāda. *Latvijas ekonomists*, 50, 14 -15.
6. Cameron, K., & Quinn, R. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture based on the competing values framework*. London: Jossey-Bass.
7. *Darba likums*. (20.06.2001.). LR likums. Redakcija: 16.08.2017. Rīga: Latvijas Vēstnesis.
8. Eglāja I. (2013). *Mārketinga menedžments*. Pieejams: [http://www.vatp.lv/sites/default/files/5.lekcija\\_marketinga\\_menedzments\\_2013.pdf](http://www.vatp.lv/sites/default/files/5.lekcija_marketinga_menedzments_2013.pdf)
9. Fridson , M.; Alvarez, F.;. (2011). *Financial statement analysis*. New York: Publications Arya.
10. *Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likuma piemērošanas noteikumi*. (22.12.2015.). MK noteikumi. Redakcija: 27.01.2017. Rīga: Latvijas Vēstnesis
11. *Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums*. (22.10.2015.). LR likums. Redakcija: 01.01.2016. Rīga: Latvijas Vēstnesis
12. Grigorjeva, R. (2009). *Finanšu grāmatvedība*. Rīga: Izglītības soļi.
13. Havaldor, K. (2006). *Industrial marketing*. New York: McGraw Hill Higher.
14. Januška, M. (2005). *Finanšu un grāmatvedības kontrole uzņēmumā*. Rīga: Merkūrijs LAT.
15. Januška, M. (2010). *Finanšu un grāmatvedības kontrole firmā*. Rīga: Izdevniecība Merkūrijs Info.
16. Jones, M. (2013). *Accounting*. West Sussex: Wiley.
17. *Kases operāciju uzskaites noteikumi*. (21.10.2003.). MK noteikumi. Redakcija 01.01.2014. Rīga: Latvijas Vēstnesis.
18. Kjells, G. (2002). *Biznesa ekonomika*. Rīga: SIA Jāņa Rozes apgāds.
19. *Komerclikums*. (13.04.2000.). LR likums. Redakcija 13.07.2017. Rīga: Latvijas Vēstnesis.

20. Krogzeme, H. (2010). *Finanses un nodokļi: mācību grāmata*. Rīga: RTU izdevniecība.
21. Krogzeme, H. (2013). *Komersantu darbības analīze un kontrole: mācību grāmata*. Rīga: RTU izdevniecība.
22. Ludboržs, A. (2003). *Finanšu grāmatvedība tirdzniecībā*. Rīga: Lietišķās informācijas dienests.
23. Ludboržs, A. (2007). *Apgrozāmā kapitāla vadīšana nelielos uzņēmumos*. Rīga: Lietišķās informācijas dienests.
24. Miles, D., Scott, A., & Breedon, F. (2012). *Macroeconomics: understanding the Global economy*. Chishester: John Wiley & Son.
25. *Noteikumi par grāmatvedības kārtošānu*. (21.10.2003.). MK noteikumi. Redakcija 18.07.2017. Rīga: Latvijas Vēstnesis.
26. Oļevskis, G. (2003). *Starptautiskā tirdzniecība*. Rīga: RSEBAA.
27. *Par grāmatvedību*. (14.10.1992.). LR likums. Redakcija: 01.07.2017. Rīga: Latvijas Vēstnesis.
28. *Par nodokļiem un nodevām*. (02.02.1995.). LR likums. Redakcija: 01.09.2017. Rīga: Latvijas Vēstnesis.
29. eļše, G.; Ruperte, I. (2009). *Mazā biznesa kurss*. Rīga: Jumava.
30. Praude, V. (2010). *Finanšu instrumenti II*. Rīga: SIA Burtene.
31. Praude, V. (2012). *Menedžments*. Rīga: Burtene.
32. Rurāne, M. (2007). *Uzņēmuma finanses*. Rīga: Jumava.
33. Rurāne, M. (2005). *Finanšu menedžments: mācību grāmata*. Rīga: RSEBAA.
34. Rurāne, M. (2006). *Finanšu menedžments*. Rīga: Rīgas Starptautiskā ekonomikas un biznesa administrācijas augstskola.
35. Saksonova, S. (2006). *Uzņēmuma finanšu vadības praktiskās metodes*. Rīga: Merkūrijs LAT.
36. Saksonova, S. (2012). *Finanšu informācijas un pārskatu praktiskā izmantošana uzņēmuma finanšu lēmumu pieņemšanā*. Rīga: Info Tilts.
37. Saldus novada pašvaldība. (22.05.2017.). *Saldus novada pašvaldības 2016.gada publiskais pārskats*. Publiskais pārskats. Pieejams: <https://www.saldus.lv/pasvaldiba/dokumenti12/publiskie-parskati/index.php?cmd=get&cid=139697>
38. Souza – Silva E. (2015). *A critical review of the state of the art of solid-phase microextraction of complex matrices I. Environmental analysis*. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165993615001624>

39. *Uzņēmumu reģistrēšanas dinamika.* (2017). Pieejams: [http://www.lursoft.lv/lursoft\\_statistika/?&novads=100016204&id=77&p=1](http://www.lursoft.lv/lursoft_statistika/?&novads=100016204&id=77&p=1)
40. Zariņa, V.; Strēle, I.; (2009). *Finanšu plānošana uzņēmumā: praktiskie padomi.* Rīga: SIA Lietišķās informācijas dienests.
41. Вихански, О. (1998). *Стратегическое управление.* Москва: Гардарика.
42. Ефимова, О. (2010). *Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник.* Москва: Омега Л.
43. *Организационная структура управления.* (n.d.). Pieejams: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/organizacionnaya-struktura.html>
44. Петров, К. (2009). *Анализ финансового - экономического состояния предприятия.* Москв: Издательство: Лаборатория книги.
45. Селезнев, А. (2010). *Факторы внешней среды предприятия сферы услуг. Российское предпринимательство.* Pieejams: <https://goo.gl/aDE1Qx>
46. Шейн, Э. (2002). *Организационная культура и лидерство.* Спб: Питер.

# PIELIKUMI

1.PIELIKUMS. "Elegance" 2014. – 2016.gada bilance (www.lursoft.lv)

Posteņi	2014 (eiro)	2015 (eiro)	2016 (eiro)
<b>1. Apgrozāmie līdzekļi</b>			
<b>I. Krājumi</b>			
1. Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	3785	4718	3850
<b>I. Kopā</b>	3785	4718	3850
<b>II. Debitori</b>			
1. Citi debitori	17	411	401
<b>II. Kopā</b>	17	411	401
<b>III. Nauda</b>	902	635	2541
<b>BILANCE</b>	<b>4704</b>	<b>5764</b>	<b>6792</b>
<b>Posteņi</b>	<b>2014 (eiro)</b>	<b>2015 (eiro)</b>	<b>2016 (eiro)</b>
<b>1. Pašu kapitāls</b>			
<b>1. Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)</b>	<b>2846</b>	<b>2846</b>	<b>2846</b>
<b>2. Rezerves pašu akcijām vai daļām</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>3. Nesadalītā peļņa</b>			
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa	-3504	-4957	-5402
b) pārskata gada nesadalītā peļņa	-1453	-445	3680
<b>1. Iedaļas kopsumma</b>	<b>-2111</b>	<b>-2556</b>	<b>1130</b>
<b>2. Kreditori</b>			
<b>I. Ilgtermiņa kreditori</b>			
1. Citi aizņēmumi	4269	4269	4269
<b>I. Kopā</b>	<b>4269</b>	<b>4269</b>	<b>4269</b>
<b>II. Īstermiņa kreditori</b>			
1. Citi aizņēmumi	0	167	0
2. Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem	0	0	402
3. Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	110	178	235
4. Pārējie kreditori	2436	3706	762
<b>II. Kopā</b>	<b>2546</b>	<b>4051</b>	<b>1399</b>
<b>2. Iedaļas kopsumma</b>	<b>6815</b>	<b>8320</b>	<b>5668</b>
<b>BILANCE</b>	<b>4704</b>	<b>5764</b>	<b>6798</b>

**2.PIELIKUMS. "Elegance" 2014. – 2016.gada peļņas vai zaudējumu pārskats****(www.lursoft.lv)**

<b>Radītājs</b>	<b>2014 (eiro)</b>	<b>2015 (eiro)</b>	<b>2016 (eiro)</b>
1. Neto apgrozījums	9924	16376	22737
2. Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	12365	16765	18877
<b>3. Bruto peļņa vai zaudējumi</b>	<b>-2441</b>	<b>-389</b>	<b>3860</b>
4. Administrācijas izmaksas	72	56	180
5. Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	1060	0	0
<b>6. Pārskata gada peļņa vai zaudējumi</b>	<b>-1453</b>	<b>-445</b>	<b>3680</b>

### 3. PIELIKUMS. Balances horizontālā analīze 2014. – 2015.gads (autors)

Aktīva posteņi	2014 (eiro)	2015 (eiro)	Novirze	Dinamikas relatīvie lielumi		
				DI	%	Novirze (+/-)
<b>1. Apgrozāmie līdzekļi</b>						
<b>I. Krājumi</b>						
1. Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	3785	4718	933	1,25	125	25
<b>I. Kopā</b>	<b>3785</b>	<b>4718</b>	<b>933</b>	<b>1,25</b>	<b>125</b>	<b>25</b>
<b>II. Debitori</b>						
1. Citi debitori	17	411	394	24,18	2418	2318
<b>II. Kopā</b>	<b>17</b>	<b>411</b>	<b>394</b>	<b>24,18</b>	<b>2418</b>	<b>2318</b>
<b>III. Nauda</b>	<b>902</b>	<b>635</b>	<b>-267</b>	<b>0,7</b>	<b>70</b>	<b>-30</b>
<b>BILANCE</b>	<b>4704</b>	<b>5764</b>	<b>1060</b>	<b>1,23</b>	<b>123</b>	<b>23</b>
Posteņi	2014 (eiro)	2015 (eiro)	Novirze	Dinamikas relatīvie lielumi		
				DI	%	Novirze (+/-)
<b>1. Pašu kapitāls</b>						
1. Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)	2846	2846	0	1	100	0
2. Rezerves pašu akcijām vai daļām	0	6	6			
3. Nesadalītā peļņa						
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa	-3504	-4957	-1453	1,41	141	41
b) pārskata gada nesadalītā peļņa	-1453	-445	1008	0,31	31	-69
<b>1. Iedaļas kopsumma</b>	<b>-2111</b>	<b>-2556</b>	<b>-445</b>	<b>1,21</b>	<b>121</b>	<b>21</b>
<b>2. Kreditori</b>						
<b>I. Ilgtermiņa kreditori</b>						
1. Citi aizņēmumi	4269	4269	0	1	100	0
<b>I. Kopā</b>	<b>4269</b>	<b>4269</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>0</b>
<b>II. Īstermiņa kreditori</b>						
1. Citi aizņēmumi	0	167	167			
2. Parādi piegādātājiem un darbuņēmējiem	0	0	0			
3. Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	110	178	68	1,62	162	62
4. Pārējie kreditori	2436	3706	1270	1,52	152	52
<b>II. Kopā</b>	<b>2546</b>	<b>4051</b>	<b>1505</b>	<b>1,59</b>	<b>159</b>	<b>59</b>
<b>2. Iedaļas kopsumma</b>	<b>6815</b>	<b>8320</b>	<b>1505</b>	<b>1,22</b>	<b>122</b>	<b>22</b>
<b>BILANCE</b>	<b>4704</b>	<b>5764</b>	<b>1060</b>	<b>1,23</b>	<b>123</b>	<b>23</b>

#### 4. PIELIKUMS. Balances horizontālā analīze 2015. – 2016. gads (www.lursoft.lv)

Aktīva posteņi	2015 (eiro)	2016 (eiro)	Novirze	Dinamikas relatīvie lielumi		
				DI	%	Novirze (+/-)
<b>1. Apgrozāmie līdzekļi</b>						
<b>I. Krājumi</b>						
1. Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	4718	3850	-868	0,82	82	-18
<b>I. Kopā</b>	4718	3850	-868	0,82	82	-18
<b>II. Debitori</b>						
1. Citi debitori	411	401		0,98	98	-2
<b>II. Kopā</b>	411	401		0,98	98	-2
<b>III. Nauda</b>	635	2541	1906	4	400	300
<b>BILANCE</b>	<b>5764</b>	<b>6792</b>	<b>1028</b>	<b>1,18</b>	<b>118</b>	<b>18</b>
Pasīva posteņi	2015 (eiro)	2016 (eiro)	Novirze	Dinamikas relatīvie lielumi		
				DI	%	Novirze (+/-)
<b>1. Pašu kapitāls</b>						
1. Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)	2846	2846	0	1	100	0
2. Rezerves pašu akcijām vai daļām	6	6	0	1	100	0
3. Nesadalītā peļņa						
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa	-4957	-5402	-445	1,09	109	9
b) pārskata gada nesadalītā peļņa	-445	3680	4125	8,27	827	727
<b>1. Iedaļas kopsumma</b>	<b>-2556</b>	<b>1130</b>	<b>3686</b>	<b>0,44</b>	<b>44</b>	<b>144</b>
<b>2. Kreditori</b>						
<b>I. Ilgtermiņa kreditori</b>						
1. Citi aizņēmumi	4269	4269	0	1	100	0
<b>I. Kopā</b>	<b>4269</b>	<b>4269</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>0</b>
<b>II. Īstermiņa kreditori</b>						
1. Citi aizņēmumi	167	0	-167	0	0	-100
2. Parādi piegādātājiem un darbuņēmējiem	0	402	402			
3. Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	178	235	57	1,32	132	32
4. Pārējie kreditori	3706	762	-2944	0,21	21	-79
<b>II. Kopā</b>	<b>4051</b>	<b>1399</b>	<b>-2652</b>	<b>0,35</b>	<b>35</b>	<b>-65</b>
<b>2. Iedaļas kopsumma</b>	<b>8320</b>	<b>5668</b>	<b>-2652</b>	<b>0,68</b>	<b>68</b>	<b>-32</b>
<b>BILANCE</b>	<b>5764</b>	<b>6798</b>	<b>1034</b>	<b>1,18</b>	<b>118</b>	<b>18</b>

5. PIELIKUMS. Balances vertikālā analīze 2014. – 2015. gads (www.lursoft.lv)

Aktīva posteņi	2014 (eiro)	2015 (eiro)	Novirze	Struktūras relatīvie lielumi		
				2014	2015	Novirze (+/-)
<b>1. Apgrozāmie līdzekļi</b>						
<b>I. Krājumi</b>						
1. Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	3785	4718	933	80,46	81,85	1,39
<b>I. Kopā</b>	<b>3785</b>	<b>4718</b>	<b>933</b>	<b>80,46</b>	<b>81,85</b>	<b>1,39</b>
<b>II. Debitori</b>						
1. Citi debitori	17	411	394	0,36	7,13	6,77
<b>II. Kopā</b>	17	411	394	0,36	7,13	6,77
<b>III. Nauda</b>	902	635	-267	19,18	11,02	-8,16
<b>BILANCE</b>	<b>4704</b>	<b>5764</b>	<b>1060</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>0</b>
Pasīva posteņi	2014 (eiro)	2015 (eiro)	Novirze	Struktūras relatīvie lielumi		
				2014	2015	Novirze (+/-)
<b>1. Pašu kapitāls</b>						
1. Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)	2846	2846	0	60,5	49,38	-11,12
2. Rezerves pašu akcijām vai daļām	0	6		0	0,1	
3. Nesadalītā peļņa				0	0	
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa	-3504	-4957	-1453	-74,49	-86	-11,51
b) pārskata gada nesadalītā peļņa	-1453	-445	1008	-30,89	-7,72	23,17
<b>1. Iedaļas kopsumma</b>	<b>-2111</b>	<b>-2556</b>	<b>-445</b>	<b>-44,88</b>	<b>-44,34</b>	<b>0,54</b>
<b>2. Kreditori</b>						
<b>I. Ilgtermiņa kreditori</b>						
1. Citi aizņēmumi	4269	4269	0	90,75	74,06	-16,69
<b>I. Kopā</b>	<b>4269</b>	<b>4269</b>	<b>0</b>	<b>90,75</b>	<b>74,06</b>	<b>-16,69</b>
<b>II. Īstermiņa kreditori</b>			0	0	0	0
1. Citi aizņēmumi	0	167		0	2,9	
2. Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem	0	0	0	0	0	0
3. Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	110	178	68	2,34	3,09	0,75
4. Pārējie kreditori	2436	3706	1270	51,79	64,3	12,51
<b>II. Kopā</b>	2546	4051	1505	54,12	70,28	16,16
2. Iedaļas kopsumma	6815	8320	1505	144,88	144,34	-0,54
<b>BILANCE</b>	<b>4704</b>	<b>5764</b>	<b>1060</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>0</b>

**6.PIELIKUMS. Balances vertikālā analīze 2015. – 2016.gads ( www.lursoft.lv)**

Aktīva posteņi	2015 (eiro)	2016 (eiro)	Novirze	Struktūras relatīvie lielumi		
				2015	2016	Novirze (+/-)
<b>1. Apgrozāmie līdzekļi</b>						
<b>I. Krājumi</b>						
1. Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	4718	3850	-868	81,85	56,68	-25,17
<b>I. Kopā</b>	<b>4718</b>	<b>3850</b>	<b>-868</b>	<b>81,85</b>	<b>56,68</b>	<b>-25,17</b>
<b>II. Debitori</b>						
1. Citi debitori	411	401	-10	7,13	5,9	-1,23
<b>II. Kopā</b>	<b>411</b>	<b>401</b>	<b>-10</b>	<b>7,13</b>	<b>5,9</b>	<b>-1,23</b>
<b>III. Nauda</b>	<b>635</b>	<b>2541</b>	<b>1906</b>	<b>11,02</b>	<b>37,41</b>	<b>26,39</b>
<b>BILANCE</b>	<b>5764</b>	<b>6792</b>	<b>1028</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>0</b>
Pasīva posteņi	2015 (eiro)	2016 (eiro)	Novirze	Struktūras relatīvie lielumi		
				2015	2016	Novirze (+/-)
<b>1. Pašu kapitāls</b>						
1. Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)	2846	2846	0	49,38	41,87	-7,51
2. Rezerves pašu akcijām vai daļām	6	6	0	0,1	0,09	-0,01
3. Nesadalītā peļņa			0	0	0	0
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa	-4957	-5402	-445	-86	-79,46	6,54
b) pārskata gada nesadalītā peļņa	-445	3680	4125	-7,72	54,13	61,85
<b>1. Iedaļas kopsumma</b>	<b>-2556</b>	<b>1130</b>	<b>3686</b>	<b>-44,34</b>	<b>16,62</b>	<b>60,96</b>
<b>2. Kreditori</b>						
<b>I. Ilgtermiņa kreditori</b>						
1. Citi aizņēmumi	4269	4269	0	74,06	62,8	-11,26
<b>I. Kopā</b>	<b>4269</b>	<b>4269</b>	<b>0</b>	<b>74,06</b>	<b>62,8</b>	<b>-11,26</b>
<b>II. Īstermiņa kreditori</b>						
1. Citi aizņēmumi	167	0	-167	2,9	0	-2,9
2. Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem	0	402	402	0	5,91	5,91
3. Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	178	235	57	3,09	3,46	0,37
4. Pārējie kreditori	3706	762	-2944	64,3	11,21	-53,09
<b>II. Kopā</b>	<b>4051</b>	<b>1399</b>	<b>-2652</b>	<b>70,28</b>	<b>20,58</b>	<b>-49,7</b>
<b>2. Iedaļas kopsumma</b>	<b>8320</b>	<b>5668</b>	<b>-2652</b>	<b>144,34</b>	<b>83,38</b>	<b>-60,96</b>
<b>BILANCE</b>	<b>5764</b>	<b>6798</b>	<b>1034</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>0</b>

# GALVOJUMS

Darbs izstrādāts atbilstoši zinātniskās ētikas principiem.

Darbā izmantotā literatūra u.c. avoti norādīti literatūras u.c. avotu sarakstā.

Dažāda veida informācijai (atziņām, citātiem, attēliem, tabulām u.c.), kas iegūta no minētajiem avotiem, darbā un tā pielikumos dotas atsauces.

Darba autors: \_\_\_\_\_

(vārds, uzvārds, paraksts)

Datums: \_\_\_\_\_

# IZZĪŅA PAR AIZSTĀVĒŠANU

Bakalaura darbs izstrādāts Latvijas Universitātes biznesa, vadības un ekonomikas fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka *Latvijas Universitātē* iesniegtais, manis izstrādātais bakalaura darbs ir oriģināldarbs, kas izstrādāts patstāvīgi, un nav plāģiāts.

Bakalaura darba autors: \_\_\_\_\_

(vārds, uzvārds, paraksts)

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai - darba zinātniskā vadītāja:

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

Bakalaura darbs aizstāvēts Pārbaudījuma komisijas 20\_\_ .gada \_\_\_\_\_ sēdē,  
protokola Nr. \_\_\_\_\_, vērtējums: \_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

Valsts pārbaudījuma komisijas priekšsēdētājs:

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