

LATVIJAS UNIVERSITĀTE

Ekonomikas un vadības fakultāte

Ekonomisko sistēmu vadības teorijas un metožu katedra

Autoskolas saimnieciskās darbības analīze

Drivingschool's business analysis

BAKALAURA DARBS

Autors: **Vadības zinību bakalaura**
Studiju programmas
Vide un uzņēmējdarbības vadība
Studiju virziena
4.kursa studente
Sanita Štāle
SS07085

Darba vadītājs :
Mārtiņš Danusēvičs
Lektors

Rīga 2011

ANOTĀCIJA

Autoskola darbojas autovadītāju apmācības pakalpojumu tirgū vairāk kā 15 gadus, tai nav veikta saimnieciskās darbības analīze, kas ļautu uzņēmuma vadībai noskaidrot attīstības un finanšu tendences. Pasliktinoties finanšu situācijai un samazinoties pieprasījumam, autoskolai nepieciešamas konkurētspējīgas pārmaiņas uzņēmumā, lai varētu pastāvēt arī turpmāk.

Darba mērķis ir veikt autoskolas saimnieciskās darbības analīzi un noskaidrot, kādā finanšu, maksātspējas un tirgus dalībnieka pozīcijā ir autoskola un apzināt lielākos riskus. Rezultātā ir noskaidrots, ka autoskolai ir lielas īstermiņa saistības, un maksātspējas draudi kopš 2008.gada. Autoskolai pieder vidēji 4,14% tirgus, klientu skaitu ietekmē to maksātspējas samazināšanās, konkurentu veiksmīgs mārketingas, un lielākie riski ir pieprasījuma kritums un nodokļu palielināšana.

Atslēgvārdi: saimnieciskās darbības analīze, finanšu stabilitāte, maksātspēja, tirgus raksturojums, uzņēmuma riski.

ANNOTATION

Drivingschool is in the market for 15 years and had never been done business analysis for getting financial and development direction. Since finance situation went wrong and demand got low, drivingschool need big changes to continue working.

The goal of this paper is to do business analysis for driving school and get information for decisions to make. As a result of this paper, drivingschool has short-term liabilities, insolvency threat from 2008. It has 4,14% of whole market, solvency of clients is decreased and that is the biggest risk for school, as well as higher taxes for next years.

Key words: business analysis, financial stability, insolvency, market profile, risk.

SATURS

Anotācija.....	2
Annotation	3
Ievads.....	6
1. UZŅĒMUMA FINANSU ANALĪZE.....	8
1.1. Finanšu pārskatu analīze	8
1.2. Uzņēmuma maksātspējas novērtēšana un prognozēšana	14
1.3. Uzņēmuma tirgus un klientu analīze	25
1.4. Uzņēmuma risks un tā novērtēšana	32
2. AUTOSKOLAS FINANSU ANALĪZE.....	37
2.1. Autoskolas darbības apraksts.....	37
2.2. Autoskolas finansiālās stabilitātes analīze.....	40
2.3. Autoskolas maksātspējas novērtējums 1999.-2009.gadam.....	51
3. AUTOSKOLAS DARBĪBAS ANALĪZE.....	61
3.1. Klientu aptaujas rezultāti	61
3.2. Autoskolas tirgus un tirgus daļa.....	80
3.3. Autoskolas klientu skaita prognoze un to ietekmējošie faktori	84
3.4. Autoskolas risku novērtējums.....	88
Secinājumi un priekšlikumi	94
Izmantotās literatūras saraksts	100
Pielikumi.....	103
1.pielikums. Finanšu aprēķini.....	103
2.pielikums. Klientu aptaujas anketa	108
3.pielikums. Klientu aptaujas rezultātu aprēķini SPSS.....	111
4.pielikums. Ekspertanketa par klientu skaitu autoskolā.....	123
5.pielikums. Ekspertanketas par klientu skaitu autoskolā apkopojums	124

<i>6.pielikums. HHI aprēķins 2006.-2010.g.</i>	125
<i>7.pielikums. Ekspertanketa par iespējamiem riskiem autoskolā I un II daļa</i>	128
<i>8.pielikums. Ekspertanketas par riskiem autoskolā rezultātu apkopojums</i>	131
Dokumentārā lapa.....	134

IEVADS

Lielāko daļu Latvijas ekonomikas aizņem uzņēmumi, pārsvarā tie ir mazie un vidējie uzņēmumi, kas veido lielu daļu valsts ekonomikas. Kopš pasaules ekonomiskās situācijas pasliktināšanās pēc 2007.gada, kas ietekmēja arī Latviju, maziem un vidējiem uzņēmumiem ir radušās finansiālas grūtības, kā arī daudzi ir beiguši savu darbību. Bakalaura darba pētāmais objekts ir mazo un vidējo uzņēmumu vidū un nodarbojas ar autovadītāju apmācību pakalpojumu sniegšanu, konkrētāk sakot darba objekts ir autoskola, kas darbojas Rīgā jau vairāk kā 15 gadus. Šim uzņēmumam kopš 2008.gada finansiālā situācija ir pasliktinājusies, 2009.gadā sasniedzot viszemāko punktu zaudējumu apmērā.

Šī darba **mērķis** ir veikt autoskolas saimnieciskās darbības analīzi, lai noskaidrotu autoskolas finansiālo stāvokli, vietu tirgū, klientu novērtējumu un autoskolas iespējamos riskus. Tas iekļauj autoskolas finansu analīzi, maksātnespējas novērtējumu, kā arī klientu izpēti, autoskolas tirgus daļas lieluma noskaidrošanu, lielāko konkurentu apzināšanu, autovadītāju apmācības pakalpojuma tirgus raksturojumu, autoskolas klientu skaita prognozēšanu un autoskolas lielāko risku noteikšanu.

Uzdevumi šī darba mērķa sasniegšanai:

1. veikt autoskolas finansiālās stabilitātes analīzi 1999.-2009.gadam un salīdzināt datus dinamikā;
2. novērtēt autoskolas maksātnespēju laika posmā no 1999.-2009.g.
3. veikt klientu aptauju ar mērķi noskaidrot klientu domas par autoskolas piedāvātiem pakalpojumiem un to kvalitāti;
4. noskaidrot autoskolas klientu skaita ietekmējošos faktorus un iespējamo klientu skaitu 2011.-2013.gadam;
5. aprēķināt autoskolas tirgus daļu, tirgus koncentrācijas līmeni;
6. novērtēt autoskolas lielākos riskus.

Pētīšanā izmatotās **metodes**:

1. autoskolas finansu pārskatu analīze, bilances horizontālā un vertikālā analīze;
2. finansu koeficientu aprēķināšana, likviditātes koeficientu aprēķināšana;
3. maksātnespējas modeļu pielietošana – Altmana Z'' un Šorina/Voronovas Z_{2L} modelis;
4. klientu aptaujas veikšana;
5. ekspertaptaujas pielietošana klientu skaita prognozēšanā, autoskolas risku noteikšanā.

Apskatītais laika periods ir no 1999.-2009.gadam finansu analīzē un maksātspējas novērtējumā, jo lai salīdzinātu finansu datus to nepieciešams darīt dinamikā un šis laika posms to nodrošina. Tirgus analīzē izmantoti dati par 2006.-2010.gadu, bet klientu aptauja veikta 2010.gadā no septembra līdz 2011.gada februārim.

Bakalaura darbs ietver trīs nodaļas. Darba pirmajā nodaļā tiek apskatīts uzņēmuma saimnieciskās darbības analīzes teorētiskais pamats. Apkopotas dažādas pētīšanas metodes un doti to skaidrojumi, teorētiskais pamatojums un nepieciešamība. Aprakstīta finansu analīzes un maksātspējas novērtējumu gaita, uzņēmuma tirgus un klientu izpēte un to nozīmīgums, kā arī uzņēmuma riska novērtēšana un tās nepieciešamība uzņēmumā. Otrā nodaļā ir autoskolas raksturojums, analizēta autoskolas finansiālā stabilitāte, novērtēta autoskolas maksātspēja. Trešā nodaļā apkopoti veiktās klientu aptaujas rezultāti, kā arī klientu skaitu ietekmējošie faktori, ekspertu prognozes autoskolas klientu skaitam nākamajiem trīs gadiem un autoskolas tirgus raksturojums, kā arī autore apkopo ekspertu vērtējumus lielākajiem autoskolas riskiem.

1. UZŅĒMUMA FINANSU ANALĪZE

1.1. Finanšu pārskatu analīze

Jebkuras uzņēmējdarbības jomas rezultāti ir atkarīgi no tā, cik daudz finanšu resursu ir uzņēmuma rīcībā un kā tos izmanto. Tāpēc uzņēmuma vadībai ir svarīgi rūpēties par finanšu resursu izmantošanu, kā arī laicīgi veikt finanšu resursu plānošanu un pēc tam kontrolēt, kā finanšu resursi uzņēmumā tiek izmantoti. (12, 231.-234.lpp)

Izvirzot priekšplānā darbības finansiālos aspektus, pieaug finanšu analīzes nozīmīgums un loma. Finanšu analīzes galveno saturu veido kompleksa finansiālā stāvokļa izpēte, kā mērķis ir novērtēt finansiālā riska pakāpi un prognozēt iespējamās izmaiņas nākotnē. Uzņēmuma finansiālo stāvokli raksturo vairāku rādītāju kopums, kas atspoguļo uzņēmuma kapitāla stāvokli tā aprites procesā, kā arī spēju finansēt savu darbību.(10, 190lpp.)

Ekonomisko un finanšu analīzes modeļu saime ir ļoti plaša. Īpašu vietu šeit ieņem uzņēmējdarbības finanšu analīzes modeļi, kas balstās uz publiski pieejamām datu bāzēm un publiski pieejamiem uzņēmuma pārskatiem. Finanšu analīze ir ekonomiskās analīzes sastāvdaļa, kā veikšanai izmanto statistikas apkopoto un uzņēmuma grāmatvedības pārskatos atspoguļoto informāciju. (9, 11.-13.lpp)

Jebkuram uzņēmuma vadītājam ir svarīgi zināt, cik efektīvi ir bijuši iepriekš pieņemtie finanšu lēmumi. Izvērtējot tos ar sasniegto saimniekošanas rezultātu ir iespējams noteikt šo efektivitāti. Uzņēmējdarbības attīstības efektivitāti raksturojošie rādītāji ir (6):

- materiālo, nemateriālo un finanšu ieguldījumu īpatsvars aktīvos;
- īstermiņa, ilgtermiņa ieguldījumu īpatsvars aktīvos;
- pašu kapitāla vērtības pieaugums;
- aizņemtā kapitāla attiecība pret pašu kapitālu;
- īstermiņa, ilgtermiņa kapitāla īpatsvars pasīvā.

Finanšu analīze ir finanšu dokumentu rādītāju analīze ar analītisku instrumentu un metožu palīdzību ar mērķi noskaidrot galvenās sakarības un pazīmes, kas nepieciešamas lēmumu pieņemšanai. Finanšu analīzi var lietot dažādi. To var izmantot gan iepriekšējai saimniekošanas pārbaudei, kā arī, lai prognozētu nākotnes finanšu nosacījumus un rezultātus. Vēl to var izmantot, lai atklātu ražošanas problēmas vai lai novērtētu vadības kvalitāti. Kā pats svarīgākais ir tas, ka finanšu analīze ļauj samazināt nenoteiktību, kas ir neizbēgama jebkurā lēmumu pieņemšanas procesā.(6)

Finanšu analīzes un vadības pamatā ir finanšu pārskatu analīze. Praksē visbiežāk tiek izmantoti klasiskie finanšu analīzes paņēmieni, bet katrs analītiķis, atkarībā no analīzes mērķa, izmanto savu pieeju, kas var sastāvēt no dažādu skolu izstrādātajiem analītiskajiem koeficientiem, modeļiem un metodēm. Jebkur finanšu analīzes rezultātā iegūtā informācija ir jāsalīdzina dinamikā, kas Latvijā, ievērojot tautsaimniecības attīstības dinamiku un specifiku, varētu būt vismaz 3 gadu intervālā. (28, 135.-141.lpp.)

Finanšu analīzes galvenais mērķis ir iegūt nelielu skaitu izejas parametru, kas sniedz objektīvu un skaidru priekšstatu par uzņēmuma materiālo stāvokli, tā peļņu vai zaudējumiem, aktīvu un pasīvu struktūras izmaiņām, debitoru parādiem un kreditoru saistībām. Turklāt svarīgi ir ne tikai uzņēmuma pašreizējais stāvoklis, bet arī tā gaidāmais stāvoklis tuvākā vai tālāk laikā. (25, 14.lpp.)

Finanšu analīzes galvenās funkcijas ir (24, 63.- 68.lpp.):

- analizējamā uzņēmuma finansiālā stāvokļa objektīvs novērtējums;
- atklāt un novērtēt cēloņus, kas ietekmējuši finansiālo stāvokli;
- finanšu jomā pieņemto vadības lēmumu sagatavošana un pamatošana;
- finanšu stāvokļa uzlabošanas rezervju atklāšana un mobilizācija, visas saimnieciskās darbības efektivitātes paaugstināšana.

Informācijā par uzņēmuma finansiālo stāvokli un finanšu analīzi ir ieinteresētas divu veidu personas, kuras var iedalīt iekšējos un ārējos lietotājos. Iekšējie lietotāji ir uzņēmuma vadošais personāls un īpašnieki, kas pieņem svarīgākos lēmumus uzņēmumā. Ārējie lietotāji ir tie, kuriem nav pieejama detalizēta informācija par uzņēmuma stāvokli, bet tikai publiski iesniegtie uzņēmuma pārskati. Šie lietotāji ir kreditori, investori, piegādātāji, pircēji, kā arī fiziskas un juridiskas personas, kas nodarbojas ar pārskatu analīzi, lai aizstāvētu visu lietotāju intereses.(6)

Teorijā un praksē izšķir ārējo un iekšējo uzņēmumu finansiālās darbības analīzi, kas atšķiras gan ar analīzes mērķiem, gan pieejamo un izmantojamo informāciju. Iekšējo finanšu analīzi veic uzņēmuma darbinieki, un tās realizācijai ir pieejama ļoti plaša informācija, kas satur ne tikai finanšu datus, bet arī visu pārējo pieejamo informāciju uzņēmumā. Ārējo finanšu analīzi veic trešās personas, kuru rīcībā ir daudz mazāks informācijas apjoms.

Finanšu analīzi veic ar dažādu modeļu palīdzību, kas ļauj strukturēt tās analītisko pieeju un atrast sakarības starp galvenajiem indikatoriem. Finanšu analīzes teorija izdala trīs galvenos finanšu analīzes modeļu tipus (28, 136.lpp.):

1. Prediaktīvie modeļi.

Prediaktīvos modeļus izmanto uzņēmuma finansiālā stāvokļa prognozēšanai.

2. Normatīvie modeļi.

Normatīvie modeļi dod iespēju salīdzināt reālos finansiālās darbības rezultātus ar plānotajiem. Šie modeļi tiek lietoti galvenokārt uzņēmuma iekšējām vajadzībām.

3. Deskriptīvie modeļi.

Deskriptīvie modeļi praksē plaši tiek izmantoti, lai noteiktu uzņēmumu finansiālo stāvokli. Pie tiem tiek ieskaitīti šādi modeļu tipi:

- grāmatvedības atskaišu horizontālā un vertikālā analīze;
- analītisko jeb finanšu koeficientu sistēmas analīze;
- dinamisko rindu analīze;
- salīdzinošā faktoru analīze.

Tāpat atkarībā no tā, kādu informāciju vēlas iegūt, ir jāizvēlas attiecīgie modeļi un jāveic finanšu analīze. Šādā finansiālā stāvokļa izvērtēšanā, praktiski sastādot analītiskos uzdevumus datorprogrammām vai aprēķinus veicot ar kalkulatoru palīdzību, izmanto tādas informācijas datu apstrādes paņēmienus kā salīdzināšana, grupēšana, indeksu aprēķināšana, kolerācija u.c. Svarīgi, lai informācijas avoti, no kuriem tiek iegūti nepieciešamie dati, ir droši un ticami. Par svarīgākajiem informācijas avotiem finanšu analīzē tiek atzīti (6, 137.-144.lpp):

- grāmatvedības balance un tās pielikumi;
- statistiskā un pārskatu informācija;
- likumdošanas un normatīvie akti, Valdības lēmumi, Valsts ieņēmumu dienesta instrukcijas;
- plānu normatīvie dokumenti;
- grāmatvedības un operatīvās uzskaites datu atšifrējumi;
- klientu, piegādātāju, kredītu institūciju novērojumi, ziņas;
- revīzijas komisiju un auditorpārbaužu avotu informācija.

Uzņēmuma finanšu analīzes veikšanai izmantojamās informācijas bāzes avoti ir daudzveidīgi. Pēc būtības var izmantot visu pieejamo informāciju, kas saistīta ar analizējamo objektu. Kādu tieši informāciju izmantot analīzes procesā nosaka analīzes mērķis un tas, kādam nolūkam tiks izmantoti tās rezultāti.

No plašā informācijas avotu loka vadošā vieta ir uzskaites un pārskatu datiem, ražošanas un finanšu plāniem un rādītājiem. Gada pārskats ir vispilnīgākais informācijas avots, kas vispusīgi atspoguļo uzņēmuma darbības rezultātus. Pārskatu veidlapās rādītāji ir sagrupēti ar aprēķinu, lai tos jau daļēji bez papildu apstrādes varētu izmantot sasniegto rezultātu vērtēšanai.

Gada pārskats ir vispilnīgākais informācijas avots, kas vispusīgi atspoguļo uzņēmuma darbības rezultātus. Tā viena no galvenajām sastāvdaļām ir balance. Uzņēmumos finanšu

analīzi pirmkārt saprot kā bilances analīzi, kas pieder pie deskriptīvo modeļu grupas. Tomēr bilancē rādītāji netiek atspoguļoti dinamiskā attīstībā, un šādi tos analizē ir grūti pielietot, lai nekļūdītos rādītāju izvērtēšanā laikā, kas ir ļoti būtiski, pieņemot finanšu lēmumus. Lai sasniegtos saimniekošanas rezultātus izvērtētu un aprēķinātos lielumus izmantotu, piemēram, plānošanā, ir nepieciešams, lai tie būtu atspoguļoti attīstībā. (6)

Finanšu analīzes procesā tiek noskaidrotas dažādas finanšu rādītāju relatīvās un absolūtās novirzes, to pārmaiņu apjomi, cēloņi. Šādu rādītāju salīdzināšanai, noviržu vērtēšanai var izmantot bilances vertikālo un horizontālo analīzi.

Vertikālā bilances analīze rāda uzņēmuma līdzekļu avotu struktūras pārmaiņas procentos, par bāzi ņemot vai nu bilances kopsummu, vai peļņu no peļņas un zaudējumu aprēķina. Tiek salīdzināts pārskata gads ar iepriekšējo uzskaites periodu. Pastāv divi nosacījumi, kāpēc nepieciešams veikt bilances posteņu relatīvo rādītāju analīzi (3):

1. tiek nodrošināta pāreja uz salīdzināmiem rādītājiem, un ir iespējas novērtēt un salīdzināt uzņēmuma darbības rezultātus atkarībā no izmantoto resursu struktūras;
2. salīdzinošo rādītāju izmantošana novērš inflācijas negatīvo ietekmi, kas rodas, novērtējot absolūtos lielumus.

Vertikālajā bilances analīzē tiek aprēķināts, cik procentus no bilances kopsummas sastāda katrs atsevišķs bilances postenis pa gadiem un salīdzinātas to izmaiņas. Tālākā analīzes procesā tiek izvērtēta ieguldītā kapitāla atdeve un ienesīgums pie attiecīgas ieguldītā kapitāla struktūras.

Bilances horizontālā analīze papildina vertikālo analīzi. Tiek noteiktas atsevišķas bilances posteņu izmaiņas absolūtā un arī procentu izteiksmē. Tiek salīdzināti pārskata perioda rādītāji ar iepriekšējo periodu rādītājiem. Parasti veicot šo analīzi, tiek ņemta vērā inflācijas ietekme. Lai rezultāti būtu pilnīgāki, ir nepieciešams iegūt informāciju par pēc iespējas vairāk periodiem. Lai arī augstas inflācijas apstākļos, prognozējot nākotnes perspektīvas, uz šādiem datiem bez papildus analīzes balstīties nevar, tomēr tie plaši pielietojami starpnozāres uzņēmumu salīdzināšanā, attīstības plānošanā un prognozēšanā. Ar šīs analīzes palīdzību ir iespējams novērtēt aktīvu finansējuma avotus pēc tā saucamajiem „bilances zelta likumiem”. Jāatceras, ka šiem likumiem ir teorētisks nevis praktisks pielietojums. Tie ir sekojoši (3, 11.-13. lpp):

1. Ilgtermiņa ieguldījumi jāsedz ar pašu kapitālu (pašu kapitāls – ilgtermiņa ieguldījumi).
Ja rezultāts ir negatīvs, tad uzņēmums racionāli izmanto pašu kapitālu, ja pozitīvs - uzņēmums daļu no pašu kapitāla novirza apgrozāmo līdzekļu finansēšanai, kas ir neracionāli;

2. Ilgtermiņa ieguldījumi jāsedz ar pašu kapitālu un ilgtermiņa saistībām (pašu kapitāls + ilgtermiņa saistības – ilgtermiņa ieguldījumi). Ja rādītājs pozitīvs, tad nelietderīgi izmantots pašu kapitāls un ir jāpalielina ilgtermiņa ieguldījumi, ja ir negatīvs - uzņēmums racionāli izmanto pašu kapitālu, un lietderīgi palielināt ilgtermiņa ieguldījumus;
3. Apgrozāmie līdzekļi jāsedz ar īstermiņa saistībām (īstermiņa saistības – apgrozāmie līdzekļi). Ja īstermiņa saistības ir mazākas, jāsamazina apgrozāmie līdzekļi.

Šo likumu prasības nav obligātas, tās atspoguļo ideālu stāvokli; ieteikumus kā vajadzētu veidot aktīvu finansējumus.

Veicot bilances horizontālo un vertikālo analīzi, var ievērot, ka dažādiem bilances rādītājiem ir lielāka vai mazāk ietekme uz uzņēmuma finansiālo stāvokli. Vislielākā ietekme uz uzņēmuma finansiālo stabilitāti ir pamatlīdzekļu, krājumu, debitoru, naudas līdzekļu, pašu kapitāla, ilgtermiņa un īstermiņa saistību izmaiņām. Rūpīgi analizējot un noskaidrojot iemeslus bilances rādītāju izmaiņām, var konstatēt uzņēmuma finansiālās stabilitātes uzlabošanos vai pasliktināšanos. Kā bilances rādītāju izmaiņas ietekmē uzņēmuma finansiālo stabilitāti, apkopots 1.1.tabulā. (11, 89.-93.lpp)

1.1.tabula

Bilances rādītāju izmaiņu ietekme uz uzņēmuma finansiālo stabilitāti (11, 90.lpp)

Rādītājs	Izmaiņu ietekme uz uzņēmuma finansiālo stāvokli
Ilgtermiņa ieguldījumu samazināšanās	Rada draudus uzņēmuma finansiālai stabilitātei, ja tiek pārdoti, lai samazinātu finansiālo līdzekļu tūkumu.
Pamatlīdzekļu pieaugums	Rada negatīvas izmaiņas uzņēmuma darbībā, ja tiek iegādāti pamatlīdzekļi, kas netiek izmantoti saimnieciskajā darbībā un nenodrošina saimnieciskās darbības attīstību.
Nepabeigtās ražošanas pieaugums	Norāda uz ražošanas procesa palēnināšanos sakarā ar ražošanas tehnoloģisko procesu trūkumiem, tehnikas bojājumiem, darbinieku zemo kvalifikāciju, vāju darba organizēšanu, kas rada nevienmērīgus produkcijas apjomus.
Debitoru parādu pieaugums	Norāda uz pircēju maksātnespēju, nepilnīgu debitoru uzskaiti un kontroli vai norēķinu politikas maiņu. Norāda, ka pieaug realizācijas apjomi uz pēcapmaksu.

Naudas līdzekļu samazināšanās	Straujš naudas samazinājums kontos var liecināt par: <ul style="list-style-type: none"> • produkcijas vai pakalpojuma apjoma samazināšanos, debitoru apmaksas kavēšanos, vadības pasivitāti, kontrolējot pircēju maksātspēju; • uzņēmuma darbības sašaurināšanos, ja tas nav saistīts ar pircēju vai klientu finansiālā stāvokļa uzlabošanos un pieaugošu uzticēšanos tiem; • investīciju pieaugumu uzņēmumā, paplašinot to un izmantojot papildu finansēšanas avotus; • pieaugot produkcijas pieprasījumam, vairāk naudas tiek izdots izejvielu, materiālu un citu vielu iegādei.
Īstermiņa saistību pieaugums	Liels īstermiņa saistību pieaugums liecina par nespēju laikus norēķināties ar darbiniekiem, budžetu, piegādātājiem un kredītiestādēm. Ja tas saistīts ar pozitīvām maksātspējas izmaiņām, kad piegādātāji, redzot labāku finansiālo stāvokli, palielina piegādes kredītus, tad tas nav vērtējams negatīvi.
Pašu kapitāla samazināšanās	Pašu kapitāla samazināšanās sakarā ar uzņēmuma peļņas samazināšanos un nespēju piesaistīt papildu investīcijas liecina par sliktu finansiālo stāvokli.
Ilgtermiņa saistību pieaugums	Tas liecina par uzņēmuma finansiālā stāvokļa pasliktināšanos, ja vien tas nav saistīts ar uzņēmuma darbības paplašināšanos.

Tieši tāpat kā bilances rādītāju izmaiņas ietekmē uzņēmuma finansiālo stabilitāti, tā arī izmaiņas peļņas vai zaudējuma aprēķinu svarīgākajos rādītājos ietekmē uzņēmuma finansiālo stabilitāti. Šie rādītāji ir Neto apgrozījums un Izmaksas.

Neto apgrozījuma samazināšanās liecina par pieprasījuma samazināšanos, mārketinga trūkumu un arī par nepamatotu cenu politiku. Negatīvi uzņēmuma darbību var ietekmēt straujš pārdošanas apjomu pieaugums, kas liecina par produkcijas izpārdošanu pirms uzņēmuma likvidēšanas, ja pārdošanas palielināšanās nav saistīta ar pozitīviem procesiem, produktu pieprasījuma pieaugumu, labu cenu politiku un mārketingu.

Izmaksu rādītāja izmaiņas arī ietekmē uzņēmuma finansiālo stabilitāti. Ja ir patēriņa pozīciju pieaugums, kas nav saistīts ar ražošanas procesu pilnveidošanu, liecina par nesaimniecisku līdzekļu izlietošanu dārgiem pirkumiem, administratīvās pārvaldes personāla

paplašināšanu, nepamatotu tā darbinieku atalgojuma paaugstināšanu, sliktu finanšu vadības organizāciju.

Peļņas vai zaudējumu aprēķina rādītāju analīzē galvenā uzmanība tiek pievērsta pārdošanas ieņēmumu un izmaksu posteņu izmaiņām. Ne vienmēr pārdošanas apjoma palielinājums vērtējams kā pozitīva iezīme, tādēļ svarīgi, lai šīs izmaiņas tiktu analizētas kontekstā ar izmaksu un peļņas apjoma izmaiņām. Arī ne vienmēr izmaksu posteņu samazinājums vērtējams pozitīvi, jo tas var būt saistīts ar neadekvātu vadības politiku resursu taupīšanā, kas var novest pie pieprasījuma samazināšanās precēm vai pakalpojumiem.

Uzņēmuma finansiālās stabilitātes novērtēšanā ir svarīgi finanšu pārskatu rādītāju izmaiņas analizēt kontekstā ar pašu kapitāla apjoma izmaiņām, kā arī peļņas izmaiņām. Finanšu stāvokļa pasliktināšanās var liecināt, ka uzņēmumam var būt maksātnespējas problēmas. (25, 20.-25.lpp)

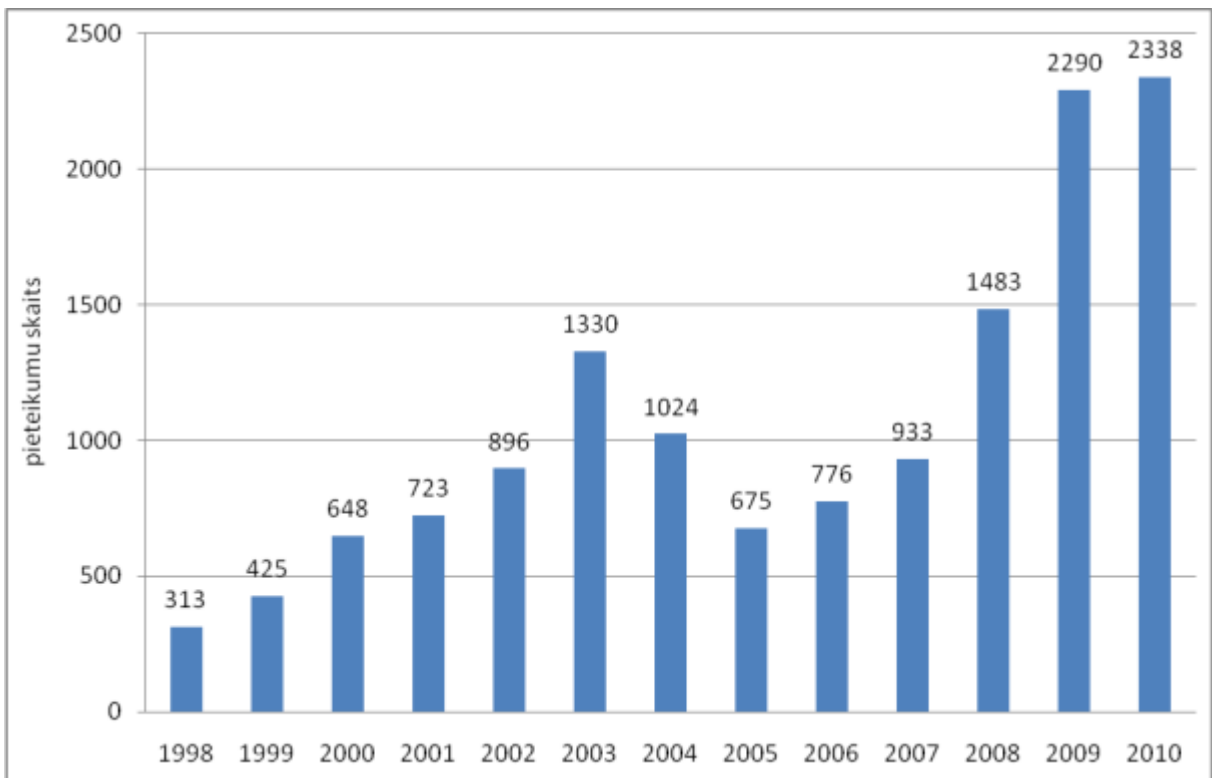
Jāatceras, ka finanšu pārskatu rādītāju absolūtie lielumi un to izmaiņu izvērtēšana ļauj atklāt tikai uzņēmuma darbības negatīvās tendences un trūkumus. Detalizētākai analīzei, zinātniskajā literatūrā tiek ieteikts izmantot dažādus finanšu koeficientus, kas apskatīti šī darba nākošajā nodaļā. Finanšu koeficienti arī tiek izmantoti dažādos finanšu analīzes modeļos, kas sastāv no dažādu koeficientu kompleksiem un dod ticamāku rezultātu. Kā svarīgs aspekts finanšu analīzē ir arī uzņēmuma maksātnespējas novērtēšana un prognozēšana. Tās teorētiskie aspekti un praktiskais pielietojums apkopots nākošajā darba nodaļā.

1.2. Uzņēmuma maksātnespējas novērtēšana un prognozēšana

1.2.1. Maksātnespējas pazīmes un cēloņi

Maksātnespēja ir uzņēmuma stāvoklis, kad tas vairs nav spējīgs noteiktajā termiņā nokārtot savas saistības. Latvijas Republikā šādu uzņēmuma stāvokļu risināšanai ir normatīvais akts „Maksātnespējas likums”, kā mērķis ir veicināt finansiālās grūtībās nonākuša parādnieka saistību izpildi un, ja iespējams, maksātnespējas atjaunošanu, piemērojot likumā noteiktos principus un tiesiskos risinājumus.

Juridiskas personas maksātnespējas process ir tiesiska rakstura pasākumu kopums, kura ietvaros no parādnieka mantas tiek segti kreditoru prasījumi, lai veicinātu parādnieka saistību izpildi. (2)



1.1.att. SIA maksātnespējas pieteikumu skaits 1998.-2010.g. (31)

Pēc Centrālā statistikas biroja datiem 1.1.attēlā, novērtējot situāciju Latvijā, maksātnespējīgo sabiedrības ar ierobežoto atbildību skaita straujo sarukumu 2005. un 2006.gadā var skaidrot ar dažādu apstākļu izmaiņām. Kā viens no tiem ir tas, ka uzņēmēji gadu gaitā ir labāk iemācījušies plānot savu darbību un līdzekļus. Tas liecina par uzņēmējdarbības vides attīstību. Otrs apstāklis ir tas, ka kreditoriem vairs nav iespējams piedalīties maksātnespējīga uzņēmuma administratora izvēlē, kā noteikts pēc Maksātnespējas likuma. Un trešais ir nepieciešamība izpildīt vairāku normatīvo aktu prasības, kas vairāk stabilizē uzņēmuma darbību. (11, 21.-25.lpp)

Lai uzņēmumi varētu veiksmīgi darboties, valstī ir nepieciešama stabila un labvēlīga uzņēmējdarbības vide, kā arī uzņēmumiem stabili finanšu resursu avoti. Latvijas uzņēmumu finansiālās grūtības var noskaidrot, analizējot vidējos maksātnespējas rādītājus, veikto investīciju apjomu un kredītu pieejamību. To darba autore izmantojot Centrālās statistikas biroja datubāzi apkopojusi nākošajā tabulā 1.2.

Latvijas uzņēmumu vidējie maksātspējas rādītāji no 1999.-2009.gadam (31)

Rādītāji	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Saistības/ bilance	0,50	0,54	0,55	0,55	0,55	0,58	0,64	0,67	0,69	0,70	0,74
Saistības/ pašu kapitāls	1,04	1,22	1,25	1,26	1,28	1,41	1,85	2,11	2,25	2,42	2,88

Ekonomikas teorijā tiek skaidrots, ka, lai novērtētu uzņēmuma maksātspēju un finansiālo stabilitāti, saistību īpatsvaram jābūt mazākam par 50%, bet saistību attiecībai pret pašu kapitālu kritiskā robeža ir 1. Pēc tabulas 1.2. datiem var redzēt, ka saistību īpatsvars palielinās kopš 1999.gada un jau sākot no 1999.gada tiek pārsniegta kritiskā robeža – saistības pārsniedz pašu kapitālu. Tas liecina par to, ka uzņēmumi aizvien vairāk veicina aizņemto kapitālu savā uzņēmumā, kā arī mazāk aktīvu finansēšanai tiek izmantots pašu kapitāls. (5, 144.-146.lpp)

Tiek klasificēti uzņēmuma maksātspējas ārējās un iekšējās vides faktori. Ārējās vides ietekmējošie faktori ir raksturīgi ar to, ka uzņēmuma vadībai nav iespējams šos faktoros kontrolēt, bet svarīgi ir paredzēt to negatīvo ietekmi uz uzņēmuma darbību un maksātspēju. Kā svarīgākie ārējie faktori ir izmaiņas ekonomikā, konkurences vide, valdības ierobežojumi un izmaiņas tehnoloģijās.

Nelabvēlīgas izmaiņas ekonomikā saistītas ar inflācijas pieaugumu, kā arī ekonomikas pieauguma tempu samazināšanos. Pie tā var pieskaitīt arī iedzīvotāju pirktspējas samazināšanos, bezdarba pieaugumu, kā arī nodokļu sistēmas nestabilitāti un likumdošanas biežas izmaiņas. Konkurences vides izmaiņas saistītas gan ar vietējo, gan starptautisko tirgus vidi un to mijiedarbību. Latvijai iestājoties Eiropas Savienībā, izmainījās arī konkurences vide, jo paplašinājās tirgus iespējas, gan Latvijas uzņēmumiem, gan ārzemju. Konkurences vidi var ietekmēt arī monopola nostiprināšanās tirgū. Kā valdības ierobežojumus var minēt Eiropas Savienības direktīvu un regulu prasības, dažādu termiņu noteikšanu, vides prasību standartus. Arī novecojušas tehnoloģijas var ietekmēt uzņēmuma maksātspēju, ražošanas izmaksu dēļ, kā arī uzņēmuma nespēja pielāgoties jauno tehnoloģiju izmaiņām. (11)

Pie uzņēmuma iekšējiem faktoriem var minēt faktoros, kas saistīti ar saimniecisko darbību un finansiālo darbību. Iekšējie faktori saimnieciskajā darbībā ir efektīva mārketinga trūkums, kas vairāk izpaužas starp mazajiem uzņēmumiem līdzekļu trūkuma dēļ, neracionāla izmaksu struktūra, kas nozīmē augsts pastāvīgo izmaksu īpatsvars. Ražošanas uzņēmumiem tas var būt lieli krājumu apjomi un nepietiekams produkcijas sortiments. Iekšējie faktori, kas saistīti ar uzņēmuma finansiālo darbību ir neefektīva finanšu vadīšana, pārāk liela aizņemtā

kapitāla daļa, debitoru parādu pieaugums, augsts finansiālais risks. Efektīvi neplānojot uzņēmuma finanses, ekonomikas izmaiņu rezultātā, uzņēmumam var rasties problēmas, kas var ietekmēt uzņēmuma maksātspēju.

Maksātspējas cēloņi var būt dažādi. Nozīmīgākais ir ekonomisko faktoru nelabvēlīga ietekme, kas saistīta ar uzņēmējdarbības efektivitātes samazināšanos, kā arī biznesa neveiksmīgu izvietojumu. Otrs faktors – finansiālās grūtības, kas saistītas ar pārāk augstu kreditoru īpatsvaru un apgrozāmā kapitāla nepietiekamību. Trešais svarīgākais ir profesionalitātes trūkums, kas saistīts ar zināšanu un pieredzes trūkumu un komercdarbības īpatnību nepietiekamu izpratni. Pārējie faktori ir stihiskas nelaimes, kas 21.gs.ir kļuvušas aizvien vairāk, kā arī krāpniecība, nevērība, negodīga konkurence, dempinga cenas, u.c. (11)

Pastāv vairāki kvalitatīvie un kvantitatīvie rādītāji, kas sniedz priekšstatu par uzņēmumu pirms detalizētas finanšu rādītāju analīzes. Kā galvenie ir (11, 65.- 67.lpp):

- uzņēmuma vecums;
- diversifikācijas pakāpe;
- izmaiņas biznesa virzienos;
- uzņēmuma nosaukuma maiņa;
- pieauguma tempi aktīviem;
- ilgtermiņa finanšu ieguldījumi;
- darbinieku skaita samazināšanās;
- cik gadus uzņēmums darbojas ar zaudējumiem;
- cik gadus nav pieaudzis neto apgrozījums.

Parasti maziem uzņēmumiem raksturīgākās problēmas ir pieauguma tempa samazināšanās, zema diversifikācijas pakāpe, ilgtermiņa ieguldījumu samazināšanās un neveiksmīga saimnieciskā darbība pēdējo divu gadu laikā. Visi šie faktori negatīvi ietekmē finansiālo stāvokli. Mainot darbības virzienu un attīstot uzņēmumu citā nozarē, tas liecina par uzņēmuma vadības spēju pielāgoties tirgus pārmaiņām un veiksmīgi reaģēt, lai novērstu iespējamās maksātspējas problēmas. (11, 65.-67.lpp)

Galvenie Latvijas uzņēmumu maksātspējas cēloņi (29,158.lpp) :

- uzņēmuma vadītāja nepietiekama kompetence;
- nestabils un/vai nepietiekams noieta tirgus;
- spēcīgu konkurentu ienākšana tirgū;
- nodokļu un nodevu politika;
- lieli nodokļu uzrēķini pat par labticīgiem pārkāpumiem;
- konkurentu un partneru negodīgums.

Nozīmīgākas maksātspējas cēloņu grupas, kas ietekmē negatīvi uzņēmuma finansiālo stāvokli ir nepilnības un trūkumi uzņēmuma pārvaldē, ekonomisko faktoru nelabvēlīgā ietekme, kā arī problēmas kredītu pieejamībai un investīcijām un parādu uzkrāšanās un saistību neizpilde. (11, 72.-73.lpp.)

1.2.1. Metodes maksātspējas prognozēšanai

Lai novērtētu uzņēmuma maksātspēju jāizmanto dažādas finanšu analīzes metodes, ļoti bieži kā galveno informācijas avotu izmanto uzņēmuma finanšu pārskatus. Izmantojot uzņēmuma finanšu pārskatu informāciju, var novērtēt uzņēmuma maksātspēju – aprēķinot finanšu koeficientus un izmantojot maksātspējas prognozēšanas modeļus.

Finanšu pārskatu rādītāju absolūtie lielumi un to izmaiņu izvērtēšana ļauj noteikt tikai uzņēmuma darbības negatīvās tendences un trūkumus, bet nav iespējams novērtēt, cik uzņēmums ir maksāspējīgs. Tādēļ uzņēmuma maksātspējas novērtēšanai visā pasaulē izmanto dažādus finanšu koeficientus. Šos koeficientus aprēķina izmantojot uzņēmuma bilanci, peļņas vai zaudējuma aprēķinu un naudas plūsmas pārskatu.(11)

Uzņēmuma maksātspējas novērtēšanas finanšu rādītāji ir ļoti daudz, un katrs finanšu pētnieks var izmantot tos, kas pēc viņa domām ir nepieciešami. Ruta Šneidere savā 2009.gadā izdotajā grāmatā „Finanšu analīzes metodes uzņēmuma maksātspējas prognozēšanai” ir apkopojusi pasaules zinātnieku atzītos finanšu koeficientus un bilances rādītājus maksātspējas prognozēšanai, kas apkopoti tabulā 1.3.

1.3.tabula

Finanšu koeficienti un bilances rādītāji maksātspējas prognozēšanai (11, 109.lpp)

Finanšu koeficienti un bilances rādītāji	Č.Mervins	R.Smits	P.Ficpatriks	V.Bivers	J.Kendals/K.Pirsons
Darba kapitāls/aktīvi	X	X		X	
Peļņa un rezerves/aktīvi		X			
Pašu kapitāls/pamatlīdzekļi		X	X		
Pamatlīdzekļi/aktīvi		X			
Kopējās likviditātes koef.	X	X		X	
Pašu kapitāls/aktīvi		X			X
Neto apgrozījums/aktīvi		X			X
Naudas līdzekļi/aktīvi		X			
Neto peļņa/pašu kapitāls			X		

1.3.tabulas turpinājums

Pašu kapitāls/saistības	X		X		
Naudas plūsma/saistības				X	
Neto peļņa/aktīvi				X	
Saistības/aktīvi				X	
Bezkredīta intervāls				X	
Ilgtermiņa aizņēmumi/aktīvi					X
Ilgtermiņa aizņēmumi/pašu kapitāls					X
Saistības/pašu kapitāls					X
Naudas pl./ilgt. aizņēmumi					X
Aktīvi					X

Šādu finanšu koeficientu klāsts ir ļoti plašs. Tomēr tikai dažādo finanšu koeficientu aprēķināšana un to izmaiņu pētīšana, izmantojot datu salīdzinošo analīzi, nedod precīzu maksātspējas novērtējumu un bankrota varbūtības pakāpi. Tādēļ dažādas finanšu koeficientu kombinācijas zinātnieki izmanto maksātspējas prognozēšanas modeļos, kas dod ticamāku informāciju. (11,110.-112.lpp)

Lai maksātspējas novērtēšanas analīze būtu ticamāka, zinātniskajā literatūrā tiek ieteikts maksātspējas novērtēšanas modeļu analīzi papildināt ar finanšu koeficientiem, kas atspoguļo uzņēmuma maksātspējas iespējamību. Visbiežāk finanšu pārskatu analīzē izmanto likviditātes rādītājus, kas raksturo uzņēmuma spēju nokārtot īstermiņa saistības, un maksātspējas rādītājus, kas palīdz novērtēt uzņēmuma spēju noteiktā termiņā dzēst saistības.(26, 15.-20.lpp)

Likviditāte raksturo svarīgu uzņēmuma finansiālā stāvokļa aspektu: tā ir uzņēmuma spēja jebkurā laikā dzēst savas īstermiņa saistības. Šī spēja ir atkarīga no attiecības starp uzņēmuma maksāšanas līdzekļu potenciālu un uzņēmuma finansiālajām saistībām. Precīzākai uzņēmuma maksātspējas novērtēšanai, papildus bankrotēšanas prognozēšanas modeļiem, zinātniskajā literatūrā tiek ieteikts aprēķināt trīs likviditātes koeficientus. (19, 121.-123.lpp)

Kā pirmais un svarīgākais koeficients tiek atzīts likviditātes kopējais koeficients (L1), kas ir apgrozāmo līdzekļu attiecība pret īstermiņa saistībām. Ja šī koeficienta līmenis ir par zemu, tad var izveidoties grūtības īstermiņu saistību kārtīšanā. Ja tas ir par augstu, tas nozīmē, ka uzņēmums par daudz kapitāla ieguldījis apgrozāmo līdzekļu posteņos, vai arī nepietiekami izmantojis īstermiņa kredītus. Normālos apstākļos šim koeficientam jābūt robežās no 1 līdz 2. Bet tiek uzskatīts, ka koeficienta teorētiskā pietiekamība ir robežās ap 2.

Otrs likviditātes koeficients ir likviditātes starpseguma koeficients (L2), kas ir naudas līdzekļu, īstermiņa vērtspapīru un debitoru summas attiecība pret īstermiņa saistībām.

Koeficienta teorētiskā pietiekamība ir ap $0,7 - 1$, tomēr šāds lielums var būt nepietiekams, ja lielāko likvīdo aktīvu daļu veido debitoru parādi.

Trešais koeficients ir absolūtās likviditātes koeficients (L3). Tas parāda kādu īstermiņa saistību daļu uzņēmums var dzēst vistuvākajā laikā, jo to aprēķina naudas līdzekļu un īstermiņa vērtspapīru summu dalot ar īstermiņa saistībām. Kā zināms, tad šie divi apgrozāmo līdzekļu posteņi ir vai nu naudas formā, vai tos var ātri pārvērst. Šī koeficienta teorētiskā pieteikamība ir $0,20-0,25$. Analizējot uzņēmuma bilances likviditāti, salīdzina posteņus, kas sargupēti pēc to likviditātes pakāpes ar īstermiņa saistībām. (14, 59.-104.lpp.)

Klāt trīs likviditātes koeficientiem, zinātniskajā literatūrā tiek ieteikts aprēķināt arī tīros apgrozāmos līdzekļus. To aprēķina kā starpību starp apgrozāmajiem aktīviem un īstermiņa saistībām. Tīrie apgrozāmie līdzekļi ir nepieciešami uzņēmuma finansiālās stabilitātes uzturēšanai, jo apgrozāmo līdzekļu pārsvars pār īstermiņa saistībām liecina, ka uzņēmums ne tikai var nosegt savas īstermiņa saistības, bet tam ir arī finansu resursi savas darbības paplašināšanai un uzlabošanai nākotnē.

Uzņēmuma saistību jeb maksāspējas rādītāji raksturo uzņēmuma līdzekļu struktūru. Tos parasti aprēķina, lai noteiktu un raksturotu saistību attiecību pret pašu kapitālu vai aktīvu kopsummu, kā arī novērtētu uzņēmuma iespējas paaugstināt saistību summu, un palīdzētu novērtēt firmas spēju noteiktā termiņā nokārtot saistības. Šie rādītāji ir īpaši svarīgi esošajiem un potenciālajiem kreditoriem.(14, 59.-64.lpp)

Viens no šiem rādītājiem ir saistību īpatsvars bilancē, ko aprēķina kā saistību attiecību pret bilances kopsummu. Šajā gadījumā saistības var būt gan īstermiņa, gan ilgtermiņa, gan saistību kopsumma, tas atkarīgs no analīzes mērķa. Ja šis rādītājs ir pārāk zems, tad kreditori ir droši, ka varēs saņemt atpakaļ aizdotās summas. Ja tas ir pārāk augsts, tad par aizņēmumiem ir jāmaksā pārāk liela summa un uzņēmums var zaudēt iespēju saņemt aizņēmumu. Šis rādītājs ir apgriezts lielums trešajam koeficientam – finansiālās autonomijas koeficientam. Abu šo koeficientu summa veido 1.

Otrs maksāspējas rādītājs ir saistību attiecība pret pašu kapitālu jeb finanšu riska koeficients. To aprēķina kā saistību attiecību pret pašu kapitālu. Tas parāda aizņemtā kapitāla iesaistīšanās pakāpi aktīvu finansēšanā. Zinātniskajā literatūrā tam ir noteikta robeža 1, ja šis koeficients pārsniedz šo atzīmi, tad uzņēmuma stabilitāte ir sasniegusi kritisko punktu. Bet pastāv uzskats, ka tas var pārsniegt šo atzīmi, jo tas atkarīgs no apgrozāmo līdzekļu aprites ātruma, ja to aprite ir ātra, tad koeficients vienmēr pārsniegs robežu 1.

Trešais ir finansiālās autonomijas koeficients, ko aprēķina kā pašu kapitāla attiecību pret bilances kopsummu. Jo augstāks šis rādītājs, jo augstāks ir uzņēmuma finansiālās drošības līmenis. (14, 59.-104.lpp)

Šādu uzņēmuma maksātspējas rādītāju aprēķināšana uzņēmuma maksātspējas novērtēšanā, dod papildus informāciju un ļauj noteikt rādītāju ticamību un salīdzināšanu ar uzņēmuma maksātspējas prognozēšanas modeļu rezultātiem. Šāda analīze ļauj precīzāk noteikt, vai uzņēmumam draud maksātspēja.

Maksātspējas prognozēšanas modeļus izmanto dažādas ieinteresētās juridiskās un fiziskās personas, kuras uzskata, ka šādi modeļi sniedz konkrētāku informāciju par uzņēmuma finansiālo stāvokli un maksātspēju tuvākajā nākotnē. Šos modeļus izmanto finanšu institūcijas un piegādātāji; uzņēmuma vadība izmanto modeļus iekšējā audita ietvaros; investori ar modeļu palīdzību novērtē un atlasa tos uzņēmumus, kuros nebūtu vēlams investēt; kā arī neatkarīgie auditori, veicot auditu, izmanto maksātspējas prognozēšanas modeļus. (11, 110.-111.lpp.)

Visplašāk pasaulē izmanto Edvarda Altmana (Edward I. Altman) maksātspējas prognozēšanas modeli. Par pamatu E. Altman izmantojis V. Brīvera pētījumus un tos paplašinot izstrādāts iespējamā maksātspējas prognozēšanas modelis, kur izmantoti dažādi finanšu koeficienti dažādās kombinācijās un daudzfaktoru diskriminanta analīzes metode. (11)

Daudzfaktoru diskriminanta analīze ir statistiskā metode, ko izmanto, lai klasificētu novērojumus vienā no dažām apriori klasifikācijām atkarībā no novērojuma individuālajām īpašībām. Pirmkārt, to izmanto, lai klasificētu un/ vai veiktu prognozes par problēmām, kur atkarīgais mainīgais parādās kvalitatīvā formā, piemēram, sieviete vai vīrietis, maksātspēja vai maksātspēja. Tādēļ, pirmais solis ir noteikt precīzas formulētas grupas. Šādu grupu skaits var būt divas un vairāk. Kad grupas ir izveidotas, tiek savākti dati par grupas objektiem. Tālāk ar šo daudzfaktoru diskriminanta analīzi tiek mēģināts noteikt lineāru kombināciju, kas vislabāk parāda īpašības, kuras visvairāk ir raksturīgs starp grupām. Ja kādam objektam, piemēram, uzņēmumam, ir kādas īpašības (finanšu rādītāji), kas var tikt noteikti visiem analīzē iekļautajiem uzņēmumiem, daudzfaktoru diskriminanta analīze nosaka visu raksturīgo koeficientu kopumu. Kad šie koeficienti tiek lietoti finanšu rādītājos, veidojas savstarpēji saistītu grupu klasifikācijas bāze. Šī statistikas metode dod priekšrocību aplūkot visas kopējās īpašības, kas pastāv līdzīgiem uzņēmumiem. (27)

Modeļa izveidei tika atlasīti 22 dažādi finanšu koeficienti un sagrupēti četrās grupās pēc nozīmes (27) :

- likviditātes rādītāji,
- rentabilitātes rādītāji,
- maksātspējas rādītāji,
- aktivitātes rādītāji.

Tie tika izvēlēti pēc tā, cik tie ir populāri zinātniskajā literatūrā, ir būtiski pētījumam un E.Altmana izveidotie jaunie koeficienti. No 22 koeficientiem E.Altmana modelī ir iekļauti pieci – koeficienti no katras grupas, kas uzrādīja vislielāko atšķirību starp bankrotējušām un nebankrotējušām firmām. Tātad modelī ir viens likviditātes rādītājs, divi rentabilitātes rādītāji, viens maksātspējas un aktivitātes rādītājs. Šie koeficienti ir sakārtoti lineārā funkcijā, ko sauc par „Z” funkciju. Izrēķinot Z funkciju, var konstatēt, kāds ir Z indekss un pēc tā noteikt vai uzņēmumam draud maksātspēja vai nē. (27)

Modelis ir testēts un konstatēts, ka maksātspēju var prognozēt 1-5 gadu laikā pirms tā iestāšanās. Modelim piemīt tendence, ka gadu no gada maksātspējas prognozēšanas precizitātes pakāpe samazinās. (11,111.-116.lpp)

E.Altmana maksātspējas prognozēšanas modelis (27):

$$Z=0,012X_1 + 0,014X_2 + 0,033X_3 + 0,006X_4 + 0,999X_5, \quad (1.1.)$$

kur Z – prognozēšanas indekss,

X_1 - darba kapitāls/aktīvu kopsumma,

X_2 – nesadalītā peļņa/aktīvu kopsumma,

X_3 – peļņa pirms procentiem un nodokļiem/aktīvu kopsumma,

X_4 – akciju kapitāla tirgus vērtība/ saistības bilances vērtībā,

X_5 – neto apgrozījums/aktīvu kopsumma.

Pirmais finanšu koeficients ir darba kapitāla attiecība pret visu aktīvu kopsummu. Šis rādītājs rāda apgrozāmo līdzekļu pārsvaru pār īstermiņa saistībām. Ja uzņēmumam šis rādītājs nav pozitīvs, var rasties problēmas nokārtot īstermiņa parādus. Parasti uzņēmumiem, kuriem ir zaudējumi no savas pamatdarbības, darba kapitāla īpatsvars aktīvos arī samazinās. Šis likviditātes rādītājs uzrāda vislabākos rezultātus bankrota prognozēšanā.

Otrs finanšu koeficients ir nesadalītās peļņas attiecība pret aktīvu kopsummu. Nesadalītā peļņa ir summa, ko uzņēmums nav sadalījis dividendēs vai ieguldījis rezervēs. Ja nesadalītā peļņa ir liela, tas liecina par uzņēmuma veiksmīgu darbību pārskata periodā. Bet, ja nesadalītā peļņa ir neliela vai tās nav vispār, tas liecina par uzņēmuma neveiksmīgu darbību pārskata periodā un var rasties problēmas uzņēmuma pastāvēšanai. Jāņem vērā arī tas, kas salīdzinoši jauniem uzņēmumiem šis rādītājs būs zemāks nekā vecākiem uzņēmumiem.

Trešais modelī iekļautais finanšu koeficients ir peļņas pirms procentiem un nodokļiem attiecība pret aktīvu kopsummu. Šis koeficients raksturo uzņēmuma spēju gūt peļņu pirms procentu un nodokļu maksājumiem, izmantojot aktīvus. Ja šī peļņa ir pietiekami liela, tad uzņēmums varēs nomaksāt kredītu procentus un nodokļus. Pretējā gadījumā, tam var draudēt maksātspēja.

Ceturtais modelī iekļautais finanšu koeficients ir akciju kapitāla tirgus vērtības attiecība pret saistībām bilances vērtībā. Nelabvēlīgā finansiālā stāvokļa gadījumā, kad uzņēmumam draud maksātnespēja, tā akciju vērtība samazinās. Līdz ar to, ja akciju kapitāla tirgus vērtība ir augsta, uzņēmums ir stabils. Situācijā, kad uzņēmumam ir īslaicīgas finansiālas grūtības, tas var pieņemt lēmumu laist apgrozībā akcijas par samērā augstām cenām, tā iegūstot papildu līdzekļus un radot pārliecību kreditoriem, ka tiks nokārtotas saistības.

Pēdējais piektais modeļa koeficients ir neto apgrozījuma attiecība pret aktīvu kopsummu. Šis rādītājs raksturo uzņēmuma saimnieciskās darbības efektivitāti, cik lietderīgi un prasmīgi uzņēmums izmanto aktīvus ražošanas procesā, lai iegūtu pēc iespējas lielāku apgrozījumu. (27)

Šie finanšu rādītāji par pamatu ir modelī saglabāti, bet Z funkcija ir pilnveidota un tiek plaši izmantota maksātnespējas prognozēšanai (13, 7.-15.lpp):

$$Z=1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + 0,999X_5. \quad (1.2.)$$

E.Altmana maksātnespējas prognozēšanas modelis ir varbūtības modelis, kurā ir izmantoti apkopotī dati un vidējās vērtības, tādēļ praksē pastāv iespēja, ka atsevišķos gadījumos Z indekss var neatbilst atsevišķiem uzņēmumiem. (11, 117.lpp)

Kā modeļa sastāvdaļa ir arī maksātnespējas varbūtības novērtēšanas skala, ko izmanto iegūta Z indeksa novērtēšanai. Ar skalas palīdzību ir iespējams noteikt, kādā situācijā atrodas uzņēmums, vai maksātnespējas varbūtība ir ļoti augsta, augsta, pastāv iespēja vai maksātnespējas varbūtība ir ļoti zema. (27)

Originālais Z modelis ir paredzēts lieliem ASV uzņēmumiem, ko akcijas tiek kotētas biržā. Šādu modeli nevar piemērot Latvijas uzņēmumiem. (11, 114.-117.lpp)

Pieaugot Z modeļa izmantošanas popularitātei, E.Altmans ir izstrādājis Z maksātnespējas prognozēšanas modeļa modifikācijas. Viena no tām paredzēta maziem uzņēmumiem dažādas nozarēs – Z'' (11, 121.lpp.):

$$Z'' = 6,56X_1 + 3,26X_2 + 6,72X_3 + 1,05X_4, \quad (1.3.)$$

kur Z'' – prognozēšanas indekss;

X₁ – darba kapitāls/aktīvi;

X₂ – nesadalītā peļņa/aktīvi;

X₃ – peļņa pirms nodokļiem un procentiem/aktīvi;

X₄ – pašu kapitāls/saistības.

Z'' indeksa novērtēšanas kritēriji:

- Z'' < 1,10 – augsta maksātnespējas varbūtība;

- Z'' 1,10 - 2,59 – pastāv iespējamība;
- $Z'' > 2,60$ – zema maksātspējas varbūtība.

Latvijas maksātspējas prognozēšanas modeļu prakse ir neliela. Visbiežāk dažādās zinātnisko darbu publikācijās tiek pieminēts E.Altmana oriģinālais Z modelis. Latvijas uzņēmumiem šo modeli piemērot nevar, to savā pētījumā „Uzņēmuma maksātspējas novērtējums” (1998) atzinuši Rīgas Tehniskās universitātes zinātnieki R.Šorins un I.Voronova. Oriģinālais Z modelis nav izmantojams, jo ir (30, 125.-131.lpp.):

- finansiālo koeficientu aprēķinu neatbilstība, jo ASV un Latvijai ir atšķirīgi finansu pārskati;
- diskriminanto koeficientu svara atšķirības, jo pastāv finansiālās un ekonomiskās attīstības atšķirības ASV un Latvijai.

Neskatoties uz kritiku, R.Šorins un I.Voronova izstrādājuši maksātspējas prognozēšanas modeli Latvijas uzņēmumiem, pamatojoties uz finanšu pārskatu informāciju un izmantojot daudzfaktoru diskriminanta analīzes metodi. Latvijā apstākļos, ņemot vērā likumdošanu un tirgu, nepieciešama finanšu rādītāju adaptācija. Finanšu pārskatu pamatveids ir bilance, kā arī peļņas un zaudējumu aprēķins, kas ir obligāts visiem Latvijas uzņēmumiem. Latvijā modelī finanšu rādītāji ir pielāgoti šiem pārskatiem. (30, 125.-131.lpp)

1.4.tabula

Finanšu rādītāju kopsavilkums (30, 128.lpp)

Pozīcija	Finanšu rādītāji	
	E.Altmana modelis (1968)	Latvijas apstākļiem adaptēti finanšu koeficienti (1997)
X_1	Darba kapitāls/aktīvu kopsumma	Tīrais apgrozāmais kapitāls/aktīvi
X_2	Nesadalītā peļņa/aktīvu kopsumma	Nesadalītā peļņa/aktīvi
X_3	Peļņa pirms % un nodokļiem/aktīvu kopsumma	Peļņa pirms nodokļiem/aktīvi
X_4	Akciju kapitāla tirgus vērtība/saistības bilances vērtībā	Pašu kapitāls/kopējais parāds
X_5	Neto apgrozījums/aktīvu kopsumma	Neto apgrozījums/aktīvi

Izveidotais maksātspējas prognozēšanas modelis Latvijas uzņēmumiem ir:

$$Z_{1L} = 2,5X_1 + 3,5X_2 + 4,4X_3 + 0,45X_4 + 0,7X_5, \quad (1.4.)$$

kur Z_{1L} - Z – kritērijs, Latvijas nekorģētais modelis.

Šajā modelī tika atklātas nepilnības un, vērtējot rezultātu precizitāti, veikta koriģēšana ieviešot modelī konstanti -2,4, lai Z robežvērtība būtu nulle, un būtu iespējams precīzāk prognozēt uzņēmuma maksātspējas draudus (30, 125.-131.lpp):

$$Z_{2L} = - 2,4 + 2,5X_1 + 3,5X_2 + 4,4X_3 + 0,45X_4 + 0,7X_5, \quad (1.5.)$$

kur Z_{2L} – Z -kritērijs, Latvijas koriģētais „nulles” modelis;

X_1 – tīrais apgrozāmais kapitāls/aktīvi;

X_2 – nesadalītā peļņa/aktīvi;

X_3 – peļņa pirms nodokļiem/aktīvi

X_4 – pašu kapitāls/kopējais parāds;

X_5 – neto apgrozījums/aktīvi.

Atšķirība Z_{2L} modelim no oriģinālā Z modeļa ir (11,168.lpp):

- koeficientā X_3 peļņa pirms nodokļiem un procentiem ir aizstāta ar peļņu pirms nodokļiem;
- koeficientā X_4 akciju kapitāla tirgus vērtība aizstāta ar pašu kapitāla apjomu.

Lai novērtētu vai uzņēmumam draud maksātspēja, ir jāvadās pēc Z_{2L} indeksa. Ja tas ir augstāks par 0, maksātspēja nedraud, ja zemāks, tad ir liela maksātspējas varbūtība.(30, 129.lpp)

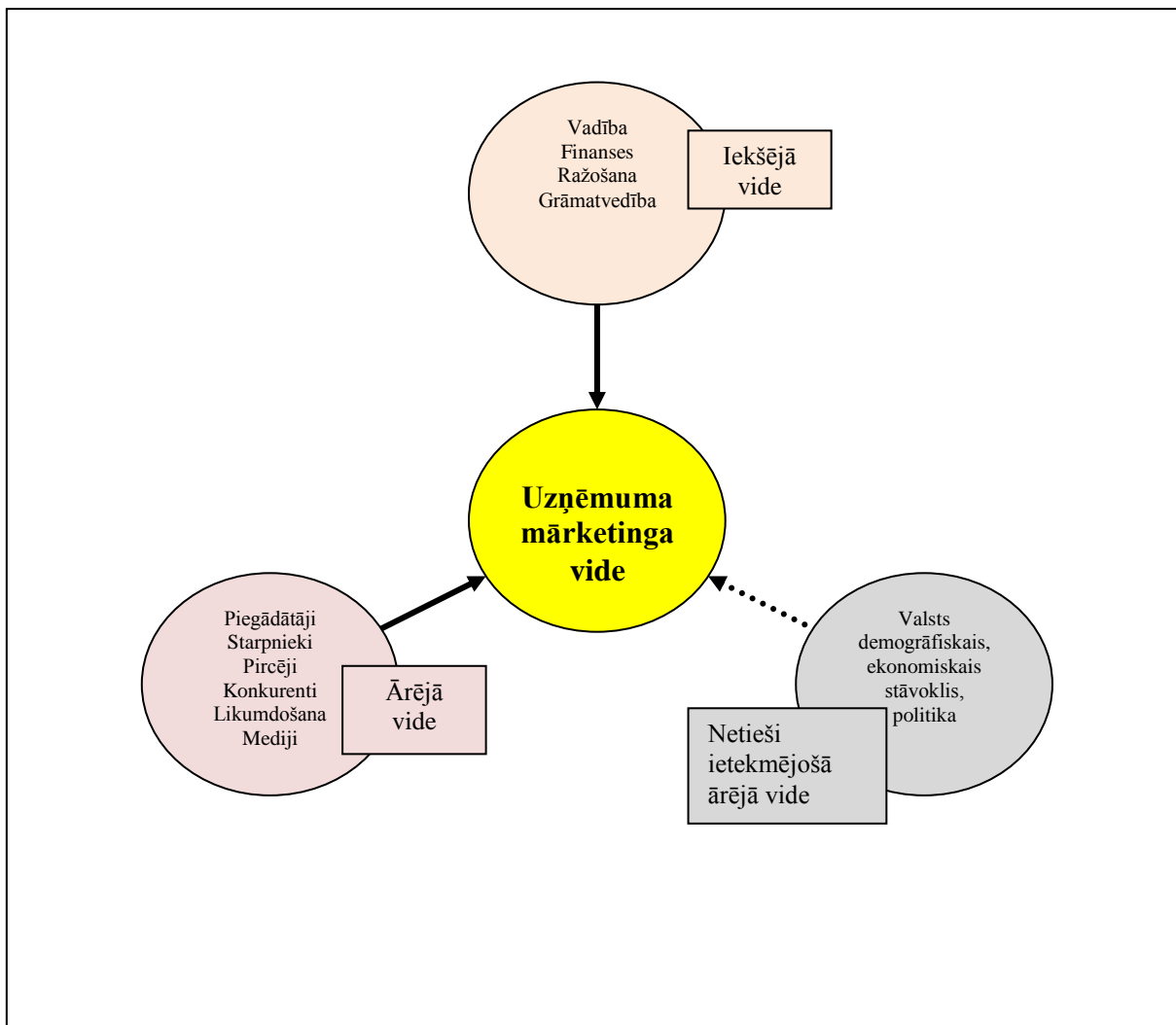
Pētot maksātspējas prognozēšanas modeļus Latvijas uzņēmumiem, kas darbojas pakalpojumu nozarē, var izmantot E.Altmana Z'' modeli, Fulmera H un Šorina/Voronovas Z_{2L} modeli, kas uzrāda visaugstāko ticamības pakāpi pēc testēšanas. Fulmera H modeli, var izmantot tikai tiem uzņēmumiem, kuriem ir norādīti procentu maksājumi. (11, 169.-195.lpp)

Augstākas ticamības informācijas iegūšanai maksātspējas prognozēšanai, šos prognozēšanas indeksus ir derīgi aprēķināt pēc visiem attiecīgajā nozarē atzītiem prognozēšanas modeļiem. (11, 195.lpp)

1.3. Uzņēmuma tirgus un klientu analīze

1.3.1. Uzņēmuma mārketinga vides analīzes nozīme

Katram uzņēmumam ir savi mārketinga mērķi, lai tos varētu īstenot ir nepieciešams skaidri pārzināt uzņēmuma mārketinga vidi, tās ietekmējošos faktorus. Dažādi faktori var vidi ietekmēt gan labvēlīgi, gan nelabvēlīgi, tādēļ svarīgi tos zināt, un darboties tā, lai panāktu maksimāli labāku rezultātu par labu uzņēmumam.



1.2.att. Uzņēmuma mārketinga vidi ietekmējošie faktori (20, 158.-167.lpp)

Mūsdienu uzņēmumā līdzās resursiem, finanšu plāniem ļoti svarīga ir kļuvusi informācija. Informācija par klientu apmierinātību, tirgus lielumu, kā arī konkurentu darbībām. Pats svarīgākais uzņēmumā ir klients - gan esošais, gan potenciālais. Tādēļ ļoti bieži uzņēmumi izvēlas veikt dažādus mārketinga pētījumus, lai noskaidrotu klientu viedokli par piedāvāto produktu, tā cenu, servisu, kā arī uzņēmuma tēlu, tā atrašanās vietu un dažādām klientu vēlmēm. (23, 105.-114.lpp)

Pārsvarā gadījumu mazie uzņēmumi nevar atļauties izmantot mārketinga firmu piedāvātos pakalpojumus, un mārketinga pētījumus veic pašu spēkiem. Lielākajā vairumā gadījumu tās ir klientu aptaujas, kas ļauj noskaidrot uzņēmumam svarīgo informāciju. (15, 570.-589.lpp)

Mārketinga pētījums ir sistemātiska un objektīva problēmas identificēšana, datu vākšana, analīze, informācijas apkopojums, un tālāk šīs informācijas izmantošana, lai uzlabotu lēmumu pieņemšanu par mārketinga problēmām, tā risinājumiem un iespējām. Pats svarīgākais mārketinga pētījumos ir sistemātiska plānošana, jo tieši veiksmīga pētījuma

plānošana nodrošina pētījuma pareizu analīzes metodes izvēli un ticamāku rezultātu iegūvi. Ar mārketinga pētījumu palīdzību ir iespējams uzņēmumu nodrošināt ar informāciju, kas sniedz patiesu priekšstatu par lietām. Tā ir objektīva un tās ieguve jāveic taisnīgi. Neskatoties uz to, ka pētījums vienmēr tiek ietekmēts pēc pētnieka filozofijas, tam nedrīkst būt politiski vai personiski pētnieka vai vadības aizspriedumi. Šādi pētījumi, kas ietver politisku vai personisku labumu, ir saistīti ar profesionālu standartu pārkāpšanu. Kopumā tas viss ietekmē atklājumu rezultātu. Katra pētnieka moto vajadzētu būt: „Atklāj to un pastāsti tieši kā ir.” (18, 212.-232.lpp)

Uzņēmumi mārketinga pētījumus izmanto pārsvarā divu iemeslu dēļ: pirmkārt, atklāt mārketinga problēmu un otrkārt, atrisināt problēmu. Šī atšķirība izdala divas mārketinga pētījumu bāzes. Pirmā ir problēmu atklāšanas izpēte un otrā ir problēmas atrisinājuma izpēte. Problēmas noteikšanas izpēte tiek izmantota, lai noteiktu problēmas, kas nav acīmredzamas un jau eksistē, vai izveidosies nākotnē. Šī bāze ietver tirgus potenciāla izpēti, tirgus daļu, zīmola vai uzņēmuma nosaukuma, tirgus raksturojuma un pārdošanas analīzi. Arī īstermiņa un ilgtermiņa prognozēšanu. Šāda veida pētījumi nodrošina uzņēmumu ar informāciju par mārketinga vidi un palīdz noteikt problēmu.

Problēmas atrisināšanas pētījumi papildina pirmo pētījumu bāzi jau konkrētāk. Šajā posmā svarīgi ir rast risinājumu problēmām. Šāda izpēte ļauj pieņemt pareizos lēmumus un atrisināt specifiskas mārketinga problēmas. Šī bāze ietver cenu izpēti, tirgus segmenta analīzi, produkta īpašību un kvalitātes izpēti, kā arī sadales kanālu izpēti. (21 ,6.-12.lpp)

1.3.2. Uzņēmuma tirgus daļa un tirgus koncentrācija

Mārketinga vadīšanas nolūkā ir svarīgi noteikt uzņēmuma tirgus daļu. Tieši konkurences intensitāte ir atkarīga no uzņēmuma tirgus daļas, kas ir konkrētā uzņēmuma pakalpojumu (preces) pārdošanas apjoma īpatsvars kopējā šīs preces pārdošanas apjomā tirgū. Nosakot tirgus daļu, uzņēmums uzzina, kas dominē tirgū, kāda tajā ir konkurences sadale, uzzina savas iespējas ietekmēt pakalpojuma (preces) pieprasījuma un piedāvājuma apjomu un struktūru. (7,72.-79.lpp)

Uzņēmuma tirgus daļu aprēķina pēc formulas (32):

$$D_i = Q_i / Q, \quad (1.6.)$$

kur D_i – i-tā uzņēmuma tirgus daļa;

Q_i – i-tā uzņēmuma tirgū realizētās produkcijas (prece, pakalpojums) apjoms;

Q – kopējais produkcijas pārdošanas apjoms tirgū.

Lielā mērā ir atzīts, ka viens no peļņas nesošajiem aspektiem biznesā ir tirgus daļas lielums. Neskatoties uz dažādiem apstākļiem, uzņēmumi, kam pieder liela tirgus daļa, ir daudz pelnošāki par uzņēmumiem ar mazu tirgus daļu. Lielu uzņēmumu vadītāji un konsultanti ir atzinuši saikni starp tirgus daļu un peļņu. Tirgus daļa un peļņa no kapitāla ieguldījuma ir saistīti. Pastāv peļņas no kapitāla ieguldījuma lieluma atšķirība lielas tirgus daļas un mazas tirgus daļas uzņēmumiem. Šādai saiknei starp tirgus daļu un peļņu pastāv vismaz trīs izskaidrojumi.

Kā pirmo var nosaukt izmaksu samazināšanos pie liela ražošanas apjoma. Uzņēmumi ar lielu tirgus daļu ir sasnieguši šādu pozīciju un ir spējīgi nopelnīt vairāk. Kopējās vienības ražošanas un izvietojšanas izmaksas turpina samazināties par vairāk vai mazāk nemainīgiem procenta punktiem, dubultojojot uzņēmuma pieaugošo peļņu.

Otrs izskaidrojums tirgus daļas un peļņas saistībai, kā to nosauc grāmatas „Marketing Classics” autori B.Enis un K.Koksa, ir tirgus vara. Tas izskaidrojams ar viedokli, ka izmaksu samazināšanās pie liela ražošanas apjoma ir maza ietekme daudzās nozarēs. Pastāv uzskats, ka, ja uzņēmumi ar lielu tirgus daļu nopelna vairāk nekā to mazākie konkurenti, tas ir tikai lielo uzņēmumu milzīgās tirgus varas dēļ: uzņēmuma lieluma dēļ, tie spiesti tirgoties daudz efektīvāk, „administrēt” cenas un beigās realizēt to pašu produktu par augstāku cenu.

Trešais izskaidrojums ir uzņēmuma vadīšanas kvalitāte. Tirgus daļas un peļņas no kapitāla ieguldījuma lielumu atspoguļo vadīšanas kvalitāte. Izcili vadītāji ir spējīgi sasniegt lielas tirgus daļas perspektīvos tirgos, kā arī viņi ir spējīgi kontrolēt izmaksas, iegūt vislielāko darba ražīgumu no nodarbinātajiem un vēl. Tiklīdz uzņēmums sasniedz līdera pozīcijas, ir daudz vieglāk noturēt savu vadību nekā citiem to panākt.

Kopumā ir svarīgi no pieejamās informācijas saprast, cik daudz no sasniegtās peļņas, kas seko konkrētai tirgus daļai, nāk no šiem vai citiem izskaidrojumiem. Kā arī, zinot tirgus daļas un peļņas saistību, uzņēmuma vadītājam ir svarīgi piedomāt pie tirgus daļas mērķu nospraūšanas un stratēģijas izveidošanas. Šie mērķi ir saistīti ar peļņas apjomu un tos var saprātīgi paredzēt savā budžetā, tāpat kā nepieciešamo kapitāla daudzumu un naudas plūsmu.(17, 293.-300.lpp)

Tieši kāds tirgus daļas lieluma mērķis iespējams vai vēlams ir atkarīgs no vairākām lietām, ieskaitot, cik spēcīgi ir konkurenti, kādi resursi ir pieejami, lai nodrošinātu konkrētu stratēģiju, kā arī vadības vēlme atteikties no esošajiem ienākumiem, lai sasniegtu rezultātu nākotnē. Tirgus daļu stratēģijas var klasificēt trīs lielās grupās.

Pirmā ir tirgus daļas veidojošā stratēģija. Tā ir balstīta uz uzņēmuma cenšanos palielināt tirgus daļu ieviešot jaunus produktus, arī izveidojot jaunu mārketinga programmu.

Pat uzņēmumam galēji pieņemamais peļņas līmenis var tikt sasniegts pie noteiktas minimālās tirgus daļas. Ja tirgus daļa samazinās zem šī līmeņa, tad paliek tikai divi varianti: palielināt tirgus daļu vai atkāpties un aiziet no tirgus. Protams, ka pastāv arī izņēmumi, bet pārsvarā katrā tirgū ir minimāls tirgus daļas lielums, kas nodrošina uzņēmuma dzīvotspēju. No otras puses, ja tirgus daļa nav tik maza, lai aizietu no tirgus, bet arī nav tik liela, lai nestu pietiekošu peļņu, vadītāji var izšķirties par agresīvu tirgus daļas palielināšanas stratēģiju. Šajā gadījumā jāņem vērā, ka liels tirgus daļas pieaugums reti tiek sasniegts īsā laika periodā, un paplašinot savu ietekmi tirgū īstermiņa periodā jāērķinās ar lielām izmaksām.

Otra stratēģija ir noturēt tirgus daļu. Šī stratēģija paredz stabilitāti un nemainību. Jau esošiem uzņēmumiem stabilā tirgū, tirgus daļas nemainība ir galvenais stratēģiskais mērķis. Šajā gadījumā uzņēmumam ir svarīgi zināt, kāds ir visienesīgākais veids, lai saglabātu tirgus daļu. Lai to saglabātu, jāņem vērā, ka tas var prasīt jaunu tehnoloģiju ieviešanu, kas prasīs lielākas izmaksas, arī cik spēcīgi ir konkurenti un kā tie rīkosies. Uzņēmumiem ar lielu tirgus daļu peļņas līmenis ir lielāks, ja tie nosaka cenu ar uzcenojumu, kas protams nozīmē, ka piedāvātās preces arī ir augstākas kvalitātes. Maziem tirgus daļu īpašniekiem pati pelnošākā tirgus daļas stabilitātes stratēģija ir tieši pretēja – vislielāko peļņu var saņemt tie, kam cenas ir nedaudz zem vidējās tirgus līderu cenas, un kad mārketinga izmaksas ir salīdzinoši zemas.

Trešā stratēģija ir „ražas novākšanas stratēģija”. Tā ir pretēja tirgus daļas veidošanas stratēģijai. Tā paredz tirgus daļas samazināšanos līdz līmenim, lai īstermiņa ieņēmumi un naudas plūsma tiktu nodrošināta. Pārsvarā gadījumu šo stratēģiju izvēlas, kad uzņēmumam steidzīgi nepieciešama nauda dividendēm vai citām negaidītām situācijām. Dažādu pētījumu rezultāti, kas aprakstīti zinātniskajā literatūrā pierāda, ka tikai uzņēmumiem ar lielu tirgus daļu izdodas veiksmīgi pielietot šo stratēģiju.(17, 300.-303.lpp)

Neskatoties uz to, ka tirgus daļas noteikšana ir paņēmieni, ar kura palīdzību var raksturot konkurenci, kā arī pieņemt situācijai un stratēģijai adekvātus lēmumus mārketinga politikā, tomēr tas nedod atbildi uz jautājumu par to, cik intensīva ir konkurences cīņa par esošo vai kādu citu tirgu. Konkurences intensitāti mārketinga pētījumos visbiežāk raksturo ar ražošanas koncentrācijas līmeņa raksturlielumu nozarē. Tas parāda tirgus monopolizācijas pakāpi un ir apgriezti proporcionāls konkurences intensitātei. (7,76.lpp)

Savukārt konkurenci Latvijā regulē 2001.gada 4.oktobrī pieņemtais „Konkurences likums”, kā izpildi kontrolē Konkurences padome. Tā pieņem lēmumus un slēdz administratīvos līgumus konkurences lietās. Konkurences padomes kompetencē ir regulēt, lai tirgū nepastāvētu aizliegtas vienošanās, dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana un arī tirgus dalībnieku atļauto apvienošanās nelikumīga pārkāpšana. Konkurences likuma 15.panta 2.daļa regulē: „Tirgus dalībnieki, kuri nolēmuši apvienoties kādā no šā panta pirmajā daļā

paredzētajiem veidiem, pirms apvienošanās iesniedz Konkurences padomei pilnu ziņojumu, ja pastāv viens no šādiem nosacījumiem (1):

- apvienošanās dalībnieku kopējais apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā Latvijas teritorijā ir bijis ne mazāks par 25 miljoniem latu;
- apvienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa konkrētajā tirgū pārsniedz 40 procentus.

Tāpēc uzņēmumam ir svarīgi apzināt tirgus koncentrācijas līmeni, lai zinātu, vai netiek pārkāptas normatīvo aktu prasības un vai kāds konkurents darbojas negodīgi. Tā noteikšanas metodes ir ļoti daudz. Galvenās ir tirgus sliekšņa daļa (40%), koncentrācijas indekss (CR) un Herfindāla – Hiršmana indekss (HHI). (32)

Tirgus sliekšņa daļa – 40 % ir Latvijā ar likumu noteikta. Noteiktās ar likumu sliekšņa daļas pārsniegšana dotajā preču tirgū ļauj pieskaitīt uzņēmumu pie uzņēmumu – monopolu kategorijas vai pie tādiem, kas ieņem dominējošās pozīcijas tirgū.

Savukārt, koncentrācijas indekss – CR, raksturo vairāku (3,4,8,10) lielāko firmu daļu kopējā tirgus apjomā. Ja indekss tuvojas 100%, tad tirgus raksturojams ar augstu monopolizācijas pakāpi. (32)

Koncentrācijas indekss m lielākajiem uzņēmumiem no kopējā (n) kompāniju skaita, kas ražo doto preci, tiek aprēķināts kā šo kompāniju m tirgus daļu (D_i) summa (32):

$$CR = \sum D_i; D_1 \geq \dots \geq D_m \geq \dots D_n, \quad (1.7.)$$

kur CR – koncentrācijas indekss;

D_i – kompāniju tirgus daļas.

Herfindāla – Hiršmana indekss (HHI) raksturo „tirgus varas” sadalījumu starp visiem dotā tirgus subjektiem. HHI tiek aprēķināts kā visu tirgus subjektu tirgus daļu kvadrātu summa (procentos) kopējā apjomā:

$$HHI = \sum k_i^2, \quad (1.8.)$$

kur HHI - „tirgus varas” sadalījums;

k_i^2 - visu tirgus subjektu tirgus daļu (D_i) kvadrātu summa.

1. Ja $HHI = 10\,000$, tā ir maksimālā nozīme, un tas nozīmē, ka pilnībā tirgu monopolizējusi viena firma.
2. Ja $HHI < 1000$, tad tirgus tiek vērtēts kā nekoncentrēts, bet apvienošanās parasti tiek pieļauta bez šķēršļiem.
3. Ja $1000 < HHI < 1800$ (2000), tad tirgus tiek aplūkots kā mēreni koncentrēts. Bet HHI līmenis, kas augstāks par 1400, var prasīt papildus apvienošanās lietderības pārbaudi, jo šāds indeksa līmenis rada bažas un tiek aplūkots kā zināms brīdinošs signāls.
4. Ja HHI pārsniedz 1800 (2000), tad tirgus tiek uzskatīts par augsti koncentrētu.

Katram uzņēmumam ir derīgi zināt šos rādītājus, lai plānotu savu darbību, kā arī pieņemtu nepieciešamos lēmumus veiksmīgākai uzņēmuma attīstībai. Uzņēmuma pozīcija tirgū ir svarīgs uzņēmuma darbošanās rādītājs, ko jāņem vērā, lai novērtētu konkurenci, savas iespējas un nozares attīstību kopumā.

1.3.3. Pieprasījuma novērtēšana un prognozēšana

Mūsdienu mainīgajos ekonomiskajos apstākļos un arvien vairāk piedāvāto produktu un pakalpojumu klāstā, pircējam ir grūti izlemēt par labu vienai vai otrai precei. It īpaši, ja tā nav pirmās nepieciešamības prece un paredzēta ilgākai lietošanai, un prasa lielākas izmaksas. Lai uzņēmumi būtu spējīgi izprast pircēju vēlmes un pielāgot savu darbību un ražošanu tam, ir būtiski novērtēt, kāds ir pieprasījums pēc produkta vai pakalpojuma un kāds tas varētu būt nākotnē, lai varētu plānot uzņēmuma racionālu darbību. Pieprasījuma vērtēšanai ir liela nozīme, analizējot tirgus iespējas, plānojot mārketinga pasākumus un kontrolējot to efektivitāti. Pieprasījumu var mērit vairākos līmeņos: teritoriālā skatījumā, preču skatījumā un laika skatījumā. Katru līmeni izmanto noteiktu mērķu sasniegšanai.(4)

Galvenais, kas nosaka pieprasījumu ir pircēja rīcības faktori. Tie pavisam veido piecas grupas, un tās ir: ekonomiskie faktori, sociālie, kultūras, personiskie un psiholoģiskie. Atkarībā no šiem faktoriem, pircējs izlemj par labu vienai vai otrai precei. Tas nozīmē, ka potenciālo pircēju rīcība konkrētu produktu pirkšanas procesā ir atkarīga no intereses par produktu, pietiekamiem ienākumiem un pircēja aktivitātes tirgū. Tātad, piedāvājot savu preci, uzņēmumam ir svarīgi zināt, kāds ir šīs preces potenciālais pircējs, kā to piesaistīt un cik daudz šādu pircēju būs. (22, 113. -115.lpp)

Pieprasījuma prognozēšana ir nākotnes pieprasījuma novērtēšana ar dažādu metožu palīdzību, ņemot vērā pircēju rīcības noteikšanu noteiktā mārketinga vidē un pie noteiktiem nosacījumiem. Pieprasījuma prognoze ir viens no galvenajiem uzņēmuma sekmīgas darbības faktoriem. Lai noteiktu konkrēta uzņēmuma produkta pieprasījuma prognozes, pašu spēkiem vai nopērkot informāciju, ir ieteicams veikt šādas prognozes (16, 45.-67.lpp):

- tirgus attīstības prognoze;
- nozares attīstības prognoze;
- prognoze pieprasījumam pēc uzņēmuma produktiem.

Uzņēmumu rīcībā ir samērā daudzas prognozēšanas metodes, kuras var veikt paši, neizmatojot speciālu uzņēmumu piedāvājumu. Tirgus attīstības prognoze ļauj laikus paredzēt inflāciju, bezdarbu un investīciju attīstības perspektīvas dažādās nozarēs. Kā informācijas

bāze nozares attīstības prognozei ir nepieciešami statistikas dati, kas diemžēl Latvijā bieži vien nav pieejami par atsevišķu nozari, bet pārsvarā apkopoti pa lielām grupām, kas sarežģī Latvijas uzņēmumu iespējas veikt šādu analīzi. Prognozi pieprasījumam pēc uzņēmuma produktiem var veikt dažādi. Var aptaujāt potenciālos pircējus un to izmantot kā bāzi nākotnes pieprasījuma prognozēšanai, vai arī prognozēt pieprasījumu pamatojoties uz iepriekšējo gadu datu analīzi, tātad vērtējot kādi rādītāji uzņēmumam bijuši iepriekš. (16, 45.-67. lpp)

1.4. Uzņēmuma risks un tā novērtēšana

1.4.1. Risks un tā novērtēšana ar ekspertu metodi

Uzņēmējdarbība vienmēr būs pakļauta riskam, jo tas eksistē vienmēr, neatkarīgi no tā, vai mēs to apzināties vai nē. Jebkura saimnieciska darbība saistīta ar daudzām grūtībām, neparedzamām situācijām, no paša uzņēmēja atkarīgiem un neatkarīgiem apstākļiem.

Daudzos gadījumos uzņēmuma neveiksmju galvenais iemesls ir nespēja noteikt riskus.

Ir uzņēmējdarbības sfēras, kur riskus var paredzēt, tos var aprēķināt, var novērtēt. Tajā pašā laikā ir arī tādi risku veidi, kuru varbūtību paredzēt ir grūti vai tas pat nav iespējams.

Risks ir zaudējumu rašanās iespēja nejauša notikuma vai vairāku savstarpēji saistītu nejaušu notikumu kopuma iestāšanās dēļ. Risks pēc būtības ir objektīva parādība jebkurā cilvēku darbības sfērā. Tā izpaužas kā liela skaita atsevišķu risku summa. Risks ir iespēja iestāties notikumam ar negatīvām, arī neizdevīgām ekonomiskām sekām uzņēmumam. Risks pastāv jebkura uzņēmumu tipa darbībā. Taču dažādiem saimniekošanas subjektiem riska nozīme mēdz būt atšķirīga. Finanšu – kredītiestāžu darbība pamatojas uz paaugstinātām riska situācijām. Piesardzīgāka attieksme pret risku ir ražošanas uzņēmumiem.

Runājot par risku svarīgi saprast riska cēloņus un riska apstākļus jeb faktorus. Riska cēlonis ir nejaušs notikums vai to kopums, ko iestāšanās rada zaudējumus, bet riska apstākļi ietver visu to, kas ietekmē iespējamā zaudējuma lielumu.

Kā zināms uzņēmējdarbība bez riska neeksistē. Jau uzsākot savu saimniecisko darbību uzņēmējs riskē ar visu savu ieguldījumu. Ļoti svarīgi ir risku novērtēt, lai apzinātos tā pieļaujamo robežu. Galvenais uzdevums riska izmantošanā ir atrast tādas darbības virzienus, lai veiksmīga iznākuma rezultātā būtu tikai peļņas samazinājums, nevis katastrofāls līdzekļu zaudējums. Mūsdienās pastāv riska vadība, kas ar dažādu metožu un paņēmieni kopu palīdzību var līdz noteiktai pakāpei prognozēt risku un izstrādāt attiecīgus pasākumus tā negatīvo seku novēršanai vai samazināšanai. Konkrētas metodes un paņēmieni, ko izmanto

riska vadības procesā, ir dažādi un tieši atkarīgi no konkrētās uzņēmējdarbības specifikas. Galvenie principi ir šādi (8, 26.lpp):

- nedrīkst riskēt vairāk, nekā atļauj pamatkapitāls;
- jādomā par riska sekām;
- nedrīkst riskēt ar kaut ko lielu neliela rezultāta dēļ.

Lai varētu risku vadīt, to no sākuma ir jāidentificē – jānosaka. Tas nozīmē noteikt tādas riska avotus, kas apdraud uzņēmējdarbības struktūru un var radīt zaudējumus. Risku identifikāciju var veikt ar ļoti lielu skaitu metožu palīdzību, piemēram, izmantojot anketas, veicot aptaujas. Riska cēloņu un faktoru analīzei tiek piesaistīti eksperti un ārējie konsultanti, kuriem ir atbilstoša pieredze. Šādi risku identifikācijas process ir kvalitatīva risku vērtēšana. Nākamais svarīgais risku vadībā ir riska novērtēšana. Tā nepieciešama, lai pieņemtu lēmumus par tālākām darbībām ar identificētajiem riskiem. Risku novērtēšanai pastāv ļoti daudz un dažādas pieejas, kā arī dažādas risku vērtēšanas skalas. Risku kvantitatīvo un kvalitatīvo analīzi svarīgi veikt, jo tad ir iespējams izstrādāt risku finansēšanas stratēģiju. Riska kvantitatīvo analīzi veic, izmantojot matemātisko statistiku un analītiskās metodes, kā arī ekspertu novērtējumu vai līdzīgus paņēmienus. Katrai no metodēm ir savas priekšrocības un trūkumi, un to izmantošana atkarīga no uzņēmējdarbības sfēras, nozares un veida. (8)

Grāmatas „Riski uzņēmējdarbībā un to vadība” autores I.Voronova un G.Pettere iesaka maziem un vidējiem uzņēmumiem, organizējot riska vadīšanu un veicot risku vērtēšanu un formulēšanu, izmantot informāciju, kas apkopota tabulā 1.5.

1.5.tabula

Risku klasifikācija pēc varbūtības un iedarbības pakāpes (8, 28.lpp)

Vērtējumu sistēma	Riska varbūtība	Riska iedarbība
4	Risks ir ļoti iespējams	Katastrofiska
3	Risks ir iespējams	Kritiska
2	Risks ir pa pusei iespējams (50/50)	Nopietna
1	Risks nav izslēgts	Maznozīmīga
0	Risks nav iespējams	Nenozīmīga

Mazos un vidējos uzņēmumos riska vadības organizēšanu uzņemas vadītājs un bieži vien to apvieno ar saviem ikdienas pienākumiem, tad ir jālieto pietiekami vienkārša ekspertu risku vērtēšanas metode. Risku novērtēšanas ekspertu metode tiek īstenota gadījumā, kad riska vadītājam nav nepieciešamo informatīvo un statistisko datu dažādu rādītāju aprēķināšanai. Šajos gadījumos veic speciālistu aptauju un apstrādā rezultātus.

Kad riski ir identificēti un novērtēti, tad nepieciešama risku novēršana (kontrolēšana), kas ietver organizatoriskus un tehniskus pasākumus, kas jāveic ar mērķi minimizēt zaudējumu apjomu, kas rastos nelabvēlīgu notikumu attīstības dēļ, kā arī atrisināt problēmu, kuru izraisītu zaudējumi. Pats pēdējais posms riska vadīšanā ir riska finansēšana, kas nozīmē līdzekļu piešķiršanu riska vadības procesam.

Lai varētu salīdzināt riskus pēc to lieluma, veic riska novērtēšanu. Riska novērtēšanas metodes ir trīs (8, 33.lpp):

1. statistiskā novērtēšanas metode;
2. ekspertu metode;
3. speciālu koeficientu metode.

Ekspertu metodes īpatnība ir tā, ka tā balstās uz iepriekšējo pieredzi un intuīciju. Ekspertu metodi plaši lieto dažādās saimniecības nozarēs, kā arī visdažādāko projektu analīzē. Viena no nozarēm, kur to lieto ir ekonomiskā riska kvantitatīvā novērtēšana un kvalitatīvā analīze. Pastāv divi ekspertu procedūru veidi. Grupas un individuāla procedūra. Individuālās ekspertīzes priekšrocība ir lēmumu pieņemšanai nepieciešamās informācijas iegūšanas ātrums un nelielas izmaksas. Savukārt trūkums ir augsts subjektivitātes līmenis. Lai novērstu subjektivitāti biežāk izmanto grupas ekspertīzi. Grupas ekspertīzes priekšrocības ir mazāk subjektivitātes, un novērtējumiem ir lielāka varbūtība realizēties. Grupu ekspertīzei var izmantot trīs metodes (8, 42.lpp):

1. izvirzīto problēmu atklāta apspriešana un tai sekojoša aizklāta balsošana;
2. brīva domu izteikšana bez apspriešanas un balsošanas;
3. slēgta apspriešana un tai sekojoša aizklāta balsošana vai ekspertu aptaujas anketu aizpildīšana.

Kā visticamākā tiek atzīta trešā metode, kas iekļauj ekspertu aptauju, tiem aizpildot speciāli izveidotas anketas. Ekspertu aptaujas rezultātus pēc tam apstrādā un atbildes pārveido tādā formā, lai tās varētu salīdzināt, un aprēķināt gala rezultātu. Ekspertīzes shēma ir sadalīta pa posmiem:

- ekspertu izvēle un ekspertu grupu izveidošana;
- jautājumu formulēšana un anketu sastādīšana;
- darbs ar ekspertiem;
- atsevišķo novērtējumu apkopošanas metodikas izstrāde;
- ekspertu vērtējumu novērtējumu apstrāde un analīze.

Izdarot ekspertu novērtējumu analīzi, ir jāapstrādā savāktā informācija, jāpārbauda ekspertu novērtējumu saskaņotība un jānovērtē rezultāta ticamības pakāpe. Risku kvalitatīvās analīzes procesā riski jāsakārto pēc to svarīguma, sākot ar vissvarīgāko risku. Tāpat arī

analizējot riska samazināšanas variantus, tie jāsakārto pēc svarīguma. Pastāv ļoti daudz dažādu metožu atsevišķu novērtējumu sakārtošanai. Parasti izmanto ranžēšanu ar sekojošu novērtējumu un salīdzināšanu pa pāriem. Ļoti svarīgi ir pārbaudīt ekspertu novērtējumu saskaņotību un ticamības pakāpi, un to var izdarīt aprēķinot konkordances jeb saskaņotības koeficientu. To aprēķina pēc formulas (1.9.) (8, 46.lpp) :

$$W = \frac{\sum_{i=1}^n \{a_i - \bar{a}_j\}^2}{\frac{1}{12} n^2 m(m^2 - 1)}, \quad (1.9.)$$

kur W – saskaņotības koeficients,

n – ekspertu skaits,

m – novērtējamo objektu skaits,

a_{ij} – i -tā eksperta j -tā objekta (riska) novērtējums,

a_j – j -tā objekta novērtējumu kopsumma

un

$$\bar{a} = \frac{1}{2} n(m + 1). \quad (1.10.)$$

Koeficienta vērtība var mainīties no 0 līdz 1. Ja saskaņotības koeficienta vērtība ir nulle, tad saskaņotības nav nekādas. Ja vērtība ir 1, tad saskaņotība ir pilnīga. Ja koeficienta vērtība ir starp 0 un 1, tad jāveic saskaņotības pārbaude, izmantojot Spīrmaņa saskaņotības testu, izmantojot X^2 kritēriju. Atbilstošās hipotēzes ir šādas:

H_0 : ekspertu viedokļi ir saskaņoti,

H_1 : ekspertu viedokļi nav saskaņoti.

Kritērija novēroto vērtību aprēķina pēc formulas (1.11.) (8, 47.lpp):

$$X^2 = W \times n \times (m - 1), \quad (1.11.)$$

bet kritisko vērtību atrod X^2 tabulās atbilstoši nozīmīguma līmenim α un brīvības pakāpēm $m-1$.

Papildus vēl iepriekš minētajam, ir jāpārbauda arī ekspertu viedokļu neatkarība. To arī var izdarīt ar neatkarības testu, izmantojot X^2 kritēriju. Ekspertu slēdzieni ir sakārtoti tabulas veidā, ko sauc par šķēlumu tabulu. Lietojot X^2 kritēriju ir jāsalīdzina reālais ekspertu novērtējums O_{ij} ar teorētisko novērtējumu E_{ij} , ko iegūst, pieņemot, ka ekspertu viedokļi ir neatkarīgi. Tad izveido divas tabulas, vienā ekspertu viedokļu šķēluma tabulā reālo

novērtējumu un otrā teorētisko. Teorētisko ekspertu viedokļu tabulu iegūst, izmantojot šādu likumsakarību: ja ekspertu viedokļi ir neatkarīgi, tad jābūt spēkā formulai (1.12.) (8, 48.lpp):

$$\frac{E_{ij}}{S} = \frac{\sum_{i=1}^n o_{ij}}{S} \times \frac{\sum_{j=1}^m o_{ij}}{S}, \quad (1.12.)$$

kur S – kopējais svarīguma rangs = eksperta vērtējuma kopsummu, un no kuras izriet, ka

$$E_{ij} = \frac{\sum_{i=1}^n o_{ij} \sum_{j=1}^m o_{ij}}{S}. \quad (1.13.)$$

Testa hipotēzes ir šādas:

H₀: ekspertu viedokļi ir neatkarīgi;

H₁: ekspertu viedokļi nav neatkarīgi.

Kritērija novēroto vērtību aprēķina pēc formulas (1.14.) (8, 49.lpp):

$$X^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}. \quad (1.14.)$$

Kritisko vērtību atrod X^2 tabulās atbilstoši nozīmīguma līmenim α un brīvības pakāpēm (n-1)(m-1).

Ja ekspertu viedokļi ir saskaņoti un neatkarīgi, tad iegūto novērtējumu var pieņemt un izmantot vadības lēmumu pieņemšanā. Ja viedokļi nav saskaņoti un no kaut kā atkarīgi, tad ekspertīze ir jāveic no jauna. Ja arī tas nedod vēlamo rezultātu, tad jāprecizē izejas dati vai jāmaina ekspertu sastāvs. (8, 44.-51.lpp)

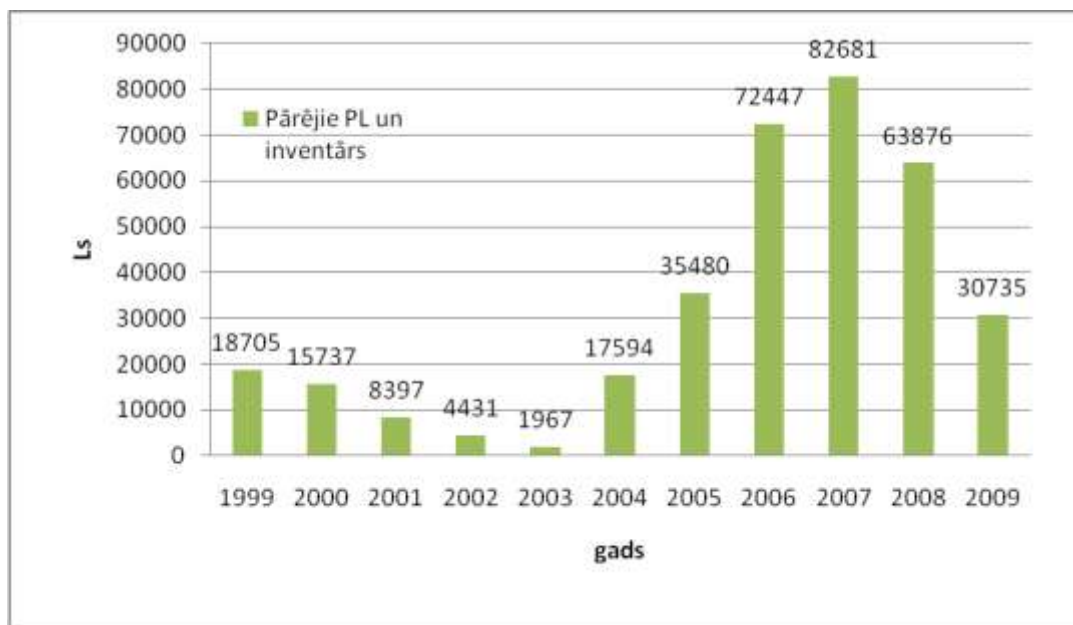
2. AUTOSKOLAS FINANSU ANALĪZE

2.1. Autoskolas darbības apraksts

Autoskola „Krasts” veidojusies no Rīgas 1.autoskolas, kas darbojas Latvijā jau no 1973.gada ir atpazīstamākais zīmols gan amatieru, gan profesionālo autobraucēju vidū. Visiem tā asociējas ar mācību iestādi Rīgā, Krasta ielā. Autoskola „Krasts” ir šīs slavenās autoskolas mantiniece un labāko tradīciju turpinātāja. Autoskolas centrālais birojs atrodas Rīgā, Gogoļa ielā, bet filiāle Elizabetes ielā. Pie katra biroja ir arī mācību klases, kas paredzētas jauno autovadītāju apmācībai. Autoskolai „Krasts” ir licence apmācīt visu – A, B, C, D, BE, CE, un DE kategoriju transportlīdzekļu vadītājus, kas nozīmē – licence apmācīt autovadītājus vieglo automašīnu vadīšanai, arī vieglo ar piekabi (attiecīgi B, BE kategorijas), smago kravas automašīnu vadītāja kvalifikācijas iegūšanai, arī kravas mašīnas ar piekabi (attiecīgi C, CE kategorijas), arī vadītāju sagatavošana un apmācība vadīt autobusus, arī ar piekabi (attiecīgi D,DE kategorijas) un arī motociklu vadītājus (A kategorija).

Autoskola darbojas autovadītāju apmācības pakalpojumu tirgū, kur pastāv sīva konkurence starp autoskolām Latvijā. Autoskola nav tirgus līderis, bet ierindojama labāko desmitniekā. Pēc CSDD datiem autoskolas sekmības procents ir ap 90%, kas nozīmē, ka no visiem kursantiem 90% noliek autovadītāju eksāmenus gan teorētiskos, gan praktiskos ar pirmo reizi. Šāds sekmības procents ir vērtējams kā ļoti labs.(33)

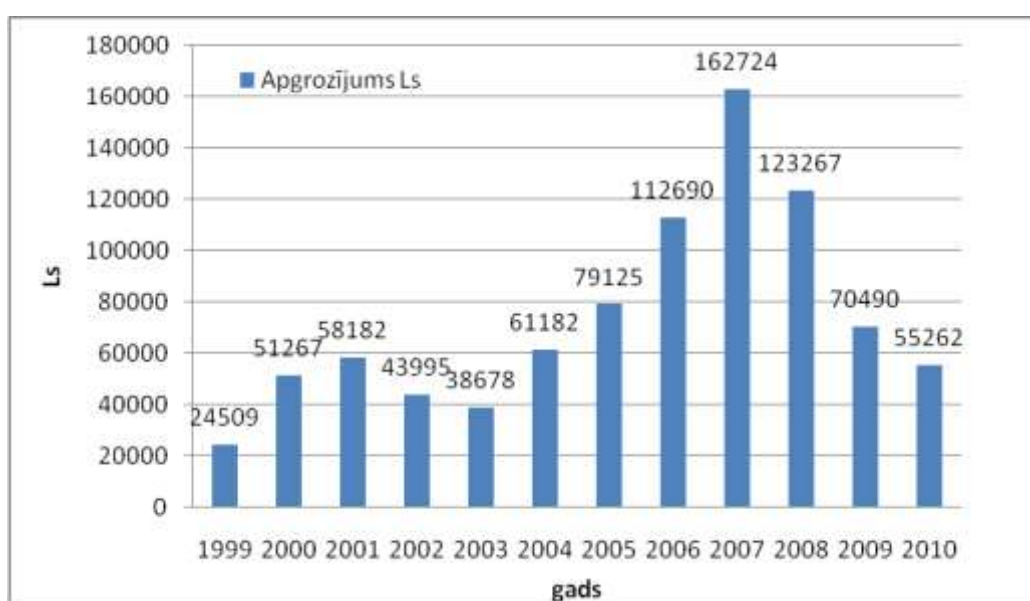
Autoskolas veiksmīga darbība ir atkarīga no piedāvātā pakalpojuma cenas un autoskolas piedāvātiem apmācības transportlīdzekļiem. Autoskolas izvēlē klienti parasti izvērtē kādus transportlīdzekļus autoskola piedāvā braukšanas nodarbībām, lai tie atbilstu viņa vēlmēm un saskanētu ar transportlīdzekļiem, ko CSDD piedāvā braukšanas eksāmeniem. Tieši tādēļ autoskolai ir ļoti svarīgs autotransports. Autotransports autoskolā veido pamatlīdzekļu grupu – pārējie pamatlīdzekļi un inventārs, kur tiek iekļautas automašīnas braukšanas nodarbībām, motocikli, to aprīkojums. No autoskolas finansu pārskatiem var iegūt informāciju, cik liels ir bijis šis postenis no 1999.-2009.gadam un kā tas mainījies, to autore atspoguļo attēlā 2.1.



2.1.att. Autoskolas bilances posteņa Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs lielums no 1999.-2009.g., latos (34)

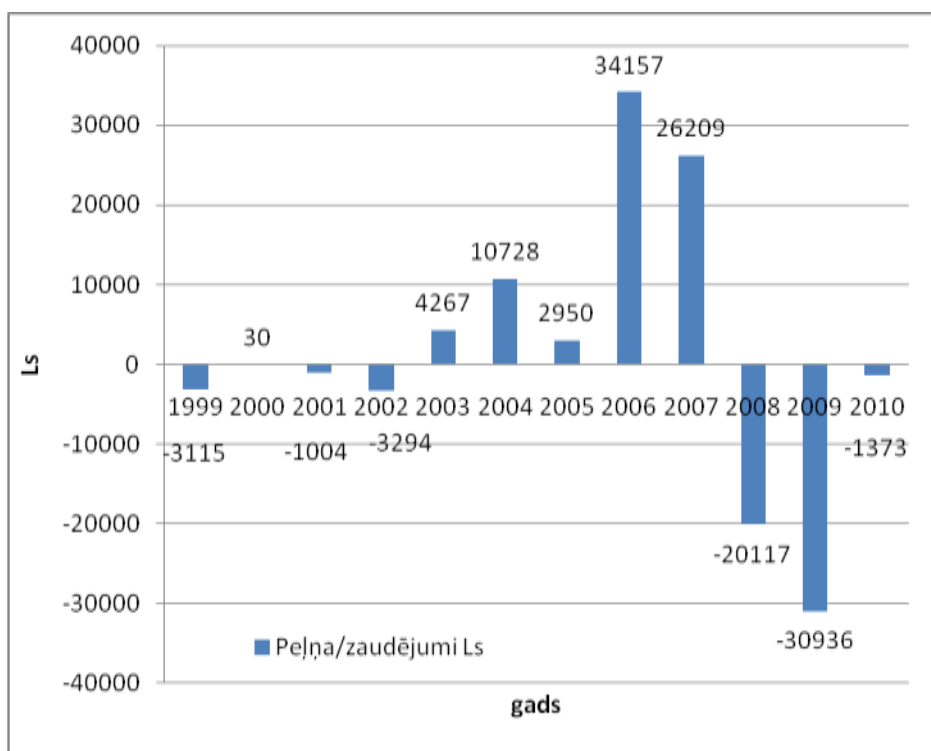
Pēc autoskolas finanšu pārskatu datiem var secināt, ka autotransports iegādāts jauns sākot ar 2004.gadu, par to liecina šī bilances posteņa samazinājums no 1999.-2004.gadam. Līdz 2004.gadam pakāpeniski norakstīti iepriekš iegādātie transportlīdzekļi.

Autoskola ir ierindojama pie maziem un vidējiem uzņēmumiem kā mikro uzņēmums, jo vidējais darbinieku skaits apskatītajā laika periodā ir 7, kā arī apgrozījums nav pārsniedzis Eiropas Savienības regulas noteikto sliekšni - 2 miljoni eiro. Autoskolas apgrozījums ir bijis svārstīgs sākot no Ls 24 509 1999.gadā un šajā laika posmā vislielākais tas bija 2007.gadā sasniedzot Ls 162 724. Pēc autoskolas finanšu datiem, kā redzams attēlā 2.2. apgrozījums krities no 2002.gada līdz 2004.gadam un no 2008.gada līdz pat 2010.gadam.



2.2.att. Autoskolas apgrozījums no 1999.-2010.g.,latos (34)

Apskatītajā periodā autoskola sešus gadus ir strādājusi ar peļņu un sešus gadus (ieskaitot jaunākos datus par 2010.gadu) ar zaudējumiem. Zaudējumi, kas bija laika posmā līdz 2004.gadam saistīti ar autoskolai piederošā autotransporta nolietojanos un uzkrāto amortizāciju, bet zaudējumi, kas radušies ar 2008.gadu saistīti ar pieprasījuma samazināšanos pēc autoskolas piedāvātā pakalpojuma. Darba autore autoskolas peļņu/zaudējumus atspoguļojusi 2.3.attēlā.



2.3.att. Autoskolas peļņa/zaudējumi no 1999.-2010.g.,latos (34)

Pēc autoskolas finanšu datiem var secināt, ka vislielākie zaudējumi autoskolai bijuši 2009.gadā kopā Ls 30 936. Pēdējā 2010.gada zaudējumi pēc tikko nodotā finanšu pārskata ir salīdzinoši mazi ar 2008.un 2009.gada zaudējumiem. Tas saistīts ar autoskolas vadības lēmumu 2009.gada nogalē par izdevumu samazināšanu un esošā autotransporta realizēšanu.

Autoskolas piedāvātais pakalpojums nav pirmās nepieciešamības prece, šis pakalpojums ir pieejams tikai patērētājiem, kas sasnieguši 18 gadu vecumu, kā arī šo pakalpojumu katrs patērētājs var iegādāties tikai 7 reizes un tikai tad, ja viņam nepieciešamas visas kategorijas. Pārsvārā šo pakalpojumu iegādājas 1 līdz 2 reizes, pārsvārā vadītāja kvalifikāciju uz B kategoriju un vienu no profesionālajām kategorijām – C vai D. Tas nozīmē, ka samazinoties patērētāju skaitam un maksātspējai, arī autoskolas pakalpojumi tiek pieprasīti arvien mazāk. Zinot Latvijas ekonomisko situāciju pēdējo gadu laikā, kā arī demogrāfisko stāvokli valstī un iedzīvotāju iespējas emigrēt, pieprasījums pēc autoskolas pakalpojumiem kļūst arvien mazāks. Kā arī autoskolas finanšu situācija kļūst nestabila pieaugošo pārdošanas

un administrāciju izmaksu dēļ. Šo iemeslu dēļ autoskolas vadībai nepieciešams apzināt savu finansu stāvokli un savas iespējas arī turpmāk būt konkurētspējīgiem autovadītāju apmācības tirgū, plānojot savas finanses, izvēloties veiksmīgu stratēģiju klientu piesaistei, kā arī apzinoties riskus, veiksmīgi no tiem izvairīties.

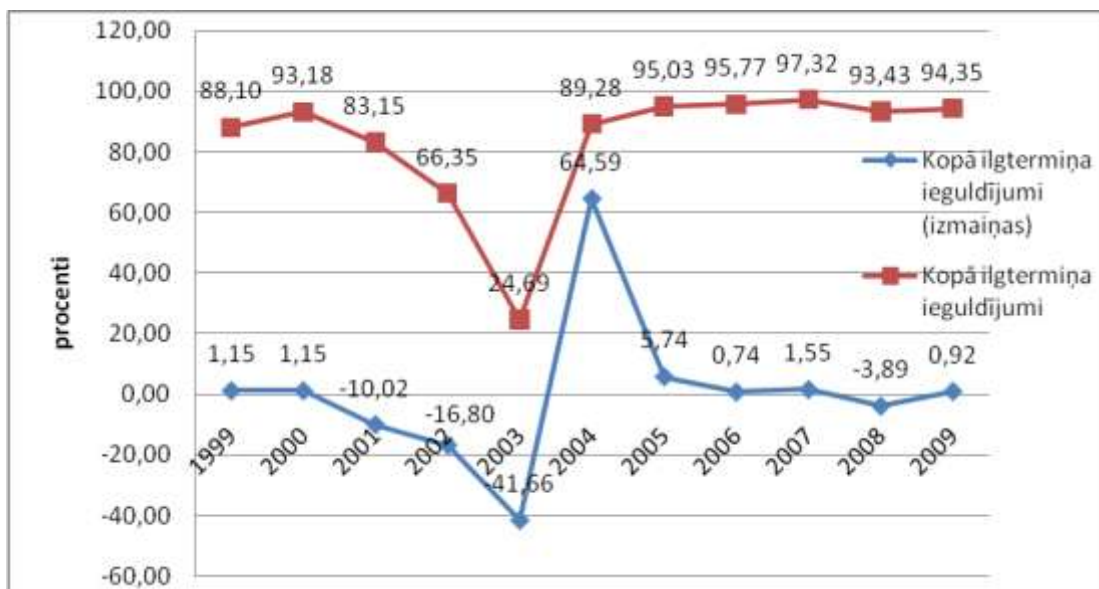
2.2. Autoskolas finansiālās stabilitātes analīze

Veicot uzņēmuma finansu analīzi, parasti sāk ar bilances posteņu izmaiņu un posteņu īpatsvaru analīzi. Darba autore ir veikusi autoskolas vertikālo un horizontālo bilances analīzi no 1999.gada līdz 2009.gada izmantojot autoskolas gada pārskatus. Šī analīze veikta, lai varētu noteikt kādas ir bijušas tendences no 1999.gada un kāda ir bilances posteņu struktūra, un redzētu kādas ir bijušas saimnieciski finansiālās darbības norises autoskolā šajā laika periodā.

Kā pirmā tika veikta autoskolas bilances posteņu vertikālā analīze un pēc tam tā papildināta ar bilances horizontālo posteņu analīzi, kas vairāk parāda absolūtos rādītājus.

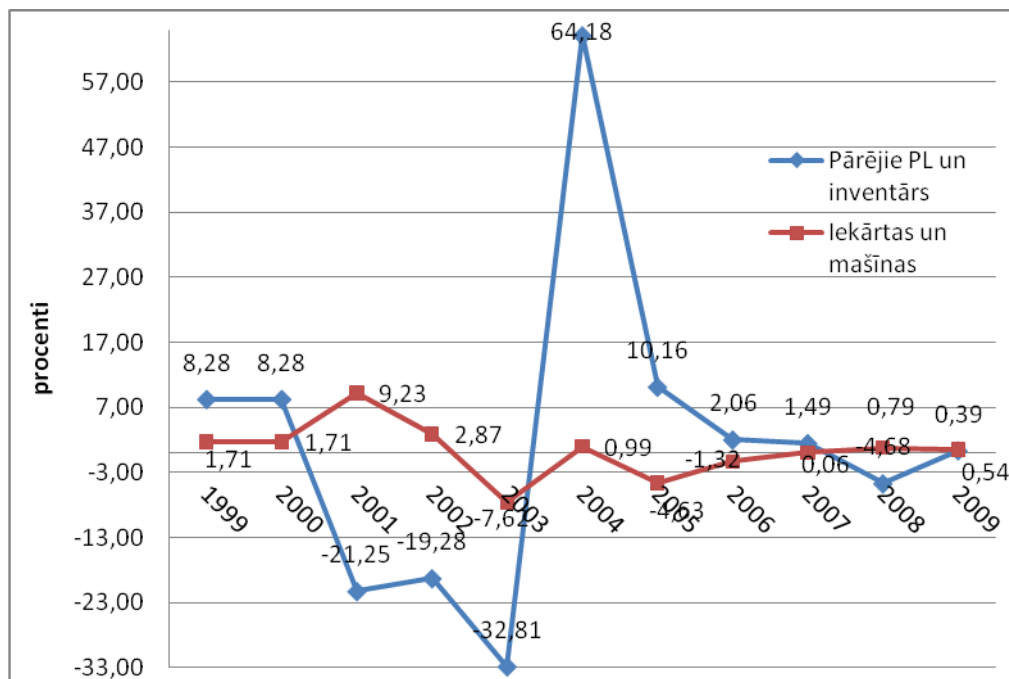
Pēc bilances struktūras izmaiņām var noteikt kāds īpatsvars ir katram bilances postenim pret bilances kopsummu katrā gadā un tā izmaiņas no gada sākuma līdz gada beigām.

Attēlā 2.4. ir parādīti autoskolas ilgtermiņa ieguldījumu īpatsvars bilancē no 1999.-2009.gadam.



2.4.att. Autoskolas ilgtermiņa ieguldījumu īpatsvars un tā izmaiņas no 1999.-2009.g.,procentos
(34)

Pēc autoskolas finansu pārskatiem var secināt, ka ilgtermiņa ieguldījumu īpatsvars bilancē ir ļoti liels. Tas tāpēc, ka autoskola nodarbojas ar pakalpojumu sniegšanu un šos pakalpojumus tā nodrošina ar ilgtermiņa ieguldījumiem. Jau 1999.gadā ilgtermiņa ieguldījumu īpatsvars bilancē ir vairāk kā 88%, 2000.gadā tas pat palielinās līdz 93%, kas liecina par jaunu pamatlīdzekļu iegādi 2000.gadā. Šajos ilgtermiņa ieguldījumos ietilpst divas pamatlīdzekļu grupas – Iekārtas un mašīnas, kā arī Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs. Iekārtas un mašīnas ir visa datortehnika un sakaru līdzekļi, bet pārējie pamatlīdzekļi ir autotransports un inventārs apmācības klasēm. Darba turpinājumā tiks sīkāk apskatīta katra no šīm grupām.

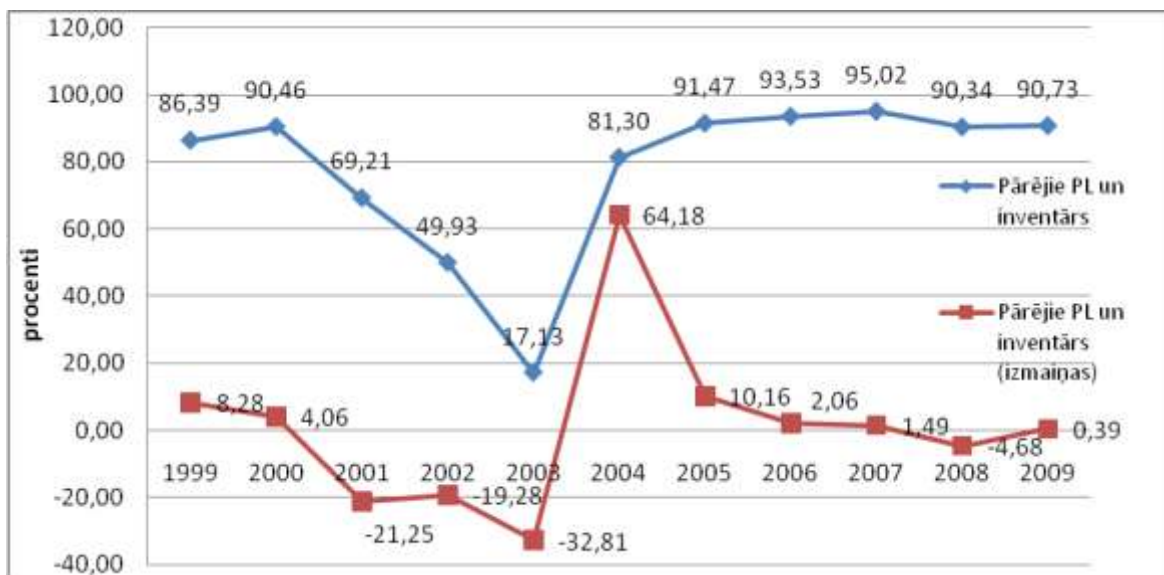


2.5.att. Autoskolas pamatlīdzekļu posteņu īpatsvara izmaiņas no 1999.-2009.g.,procentos (34)

Izpētot autoskolas pamatlīdzekļu kartītes, var secināt, ka posteņī Iekārtas un mašīnas tiek uzskaitītas dažādas skaitļošanas iekārtas, kā datori, monitori, kodoskopi un projektori, kā arī šiem līdzīgi priekšmeti. Otrā posteņu grupā tiek iekļauti pārējie pamatlīdzekļi, tādi kā mācību galdi, krēsli autoskolas apmācības klasēm, dažādi mazvērtīgi sadzīvei nepieciešami priekšmeti un autoskolas autotransporta bāze – visas autoskolai piederošās apmācības automašīnas un administrācijas autotransports. Tieši tādēļ var izskaidrot ļoti lielās attēlā 2.5. pārējo pamatlīdzekļu un inventāra līknes izmaiņas. Sākot no 1999.gada posteņa Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs īpatsvara izmaiņas ir pozitīvas, salīdzinot ar 1998.gadu šī posteņa īpatsvars pieaudzis par 8,28 procenta punktiem, tāda pati tendence vērojama arī 2000.gadā. Tas liecina par to, ka šajos divos gados autoskola ir palielinājusi savu autotransporta bāzi, kā arī iegādājusies dažāda veida inventāru saimnieciskās darbības attīstīšanai. No 2001.līdz 2003.gadam šī posteņa izmaiņas ir bijušas ar negatīvu tendenci, tas nozīmē, ka šo

pamatlīdzekļu īpatsvars uz bilances fona ir krietni samazinājies salīdzinot ar iepriekšējiem gadiem, attiecīgi -21,25 procentu punkti 2001.gadā, -19,28 un -32,81 procentu punkti 2003.gadā. Autoskola šajos gados ir pirkusi mazāk šo pamatlīdzekļu, kas arī veicinājis īpatsvara samazināšanos bilancē. Sākot no 2004.gada šī tendence ir mainījusies uz otru pusi, kas liecina par pamatlīdzekļu pieaugumu. Tālākajos gados šīs īpatsvara tendences ir pozitīvas un tendence turpinās līdz pat 2007.gadam. 2008.gadā pamatlīdzekļu posteņa īpatsvara izmaiņas ir negatīvas, tās salīdzinot ar 2007.gadu ir samazinājušās par 4,68 procentu punktiem. Tas liecina par to, ka autoskola salīdzinot uz 2007.gada fona nav iegādājusies pamatlīdzekļus tik lielā vērtībā un īpatsvars bilancē ir samazinājies. 2009.gadā salīdzinot ar 2008.gadu ir pozitīva tendence, jo īpatsvara izmaiņas ir 0,39 procentu punkti, kas vērtējams pozitīvi. Otrs rādītājs grafikā parāda kādas izmaiņas salīdzinot ar iepriekšējo gadu ir bijušas bilances posteņa Iekārtas un mašīnas īpatsvara izmaiņām. Šis postenis iekļauj pārsvarā datortehniku, kas nepieciešama birojos, kā arī sakaru līdzekļus. Ņemot vērā, ka tie nav būtiski, lai veiktu saimniecisko darbību, tad arī attēlā 2.5. var redzēt, ka šī posteņa īpatsvara izmaiņas nav tik krāsas kā otrā pamatlīdzekļu postenī. Šo pamatlīdzekļu derīgās lietošanas ilgums ir 5 gadi datortehnikai un 3 gadi sakaru līdzekļiem.

Lai varētu acīmredzami novērtēt posteņa Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs īpatsvara izmaiņas bilancē, autore ir izveidojusi attēlu 2.6., kur var redzēt šī posteņa īpatsvaru pa gadiem uz katra gada beigām un īpatsvara izmaiņas salīdzinot ar iepriekšējo gadu.

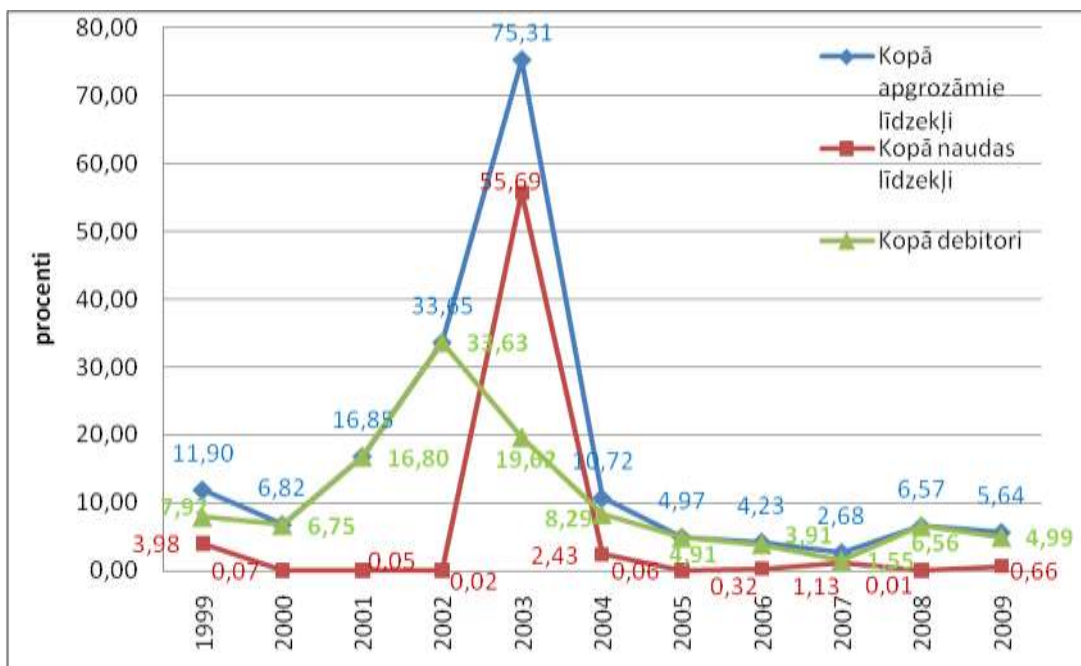


2.6.att. Autoskolas bilances posteņa Pārējie pamatlīdzekļi īpatsvars un tā izmaiņas no 1999.-2009.g. procentos (34)

Pēc autoskolas finansu pārskatiem var secināt, kā mainās posteņa Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs īpatsvars pa gadiem un tā izmaiņas salīdzinot ar iepriekšējo gadu. Var secināt, ka jau 1999.gadā šī pamatlīdzekļu grupa sastāda 80,39 % no visas bilances kopsummas, kas

liecina, par to, ka uzņēmums veic savu darbību izmantojot šos pamatlīdzekļus. 2000.gadā šī pamatlīdzekļu grupa ir jau 90,46% no bilances kopsummas, kas norāda uz pamatlīdzekļu pieaugumu. Tālākos gadus šis īpatsvars samazinās un tas liecina, ka šie pamatlīdzekļi nav iegādāti vai iegādes bijušas maznozīmīgas, bet iepriekšējo gadu pamatlīdzekļi jau nokalpojuši savu un pakāpeniski tiek norakstīti. 2004.gadā situācija mainās un šīs pamatlīdzekļu grupas īpatsvars bilancē ir 81,30%. Tālākos gados šis īpatsvars tikai palielinās. Šajos gados autoskola ir palielinājusi savu autotransporta bāzi, iegādājoties deviņas jaunas automašīnas, lai apmācītu jaunus autovadītājus praktiskās braukšanas nodarbībās. 2008.un 2009.gadā šis īpatsvars ir nedaudz samazinājies, kas liecina par to, ka šajos gados neviena jauna automašīna nav iegādāta.

Tālāk darba autore aplūko apgrozāmo līdzekļu struktūru autoskolas bilancē laika posmā no 1999.gada līdz 2009.gadam. Apgrozāmos līdzekļus galvenokārt veido naudas līdzekļi un debitori. Autoskolai nav krājumu un vērtspapīru un līdzdalības kapitālos. Autoskolas apgrozāmo līdzekļu īpatsvars bilancē un apgrozāmo līdzekļu veidojošie bilances posteņi parādīti attēlā 2.7.



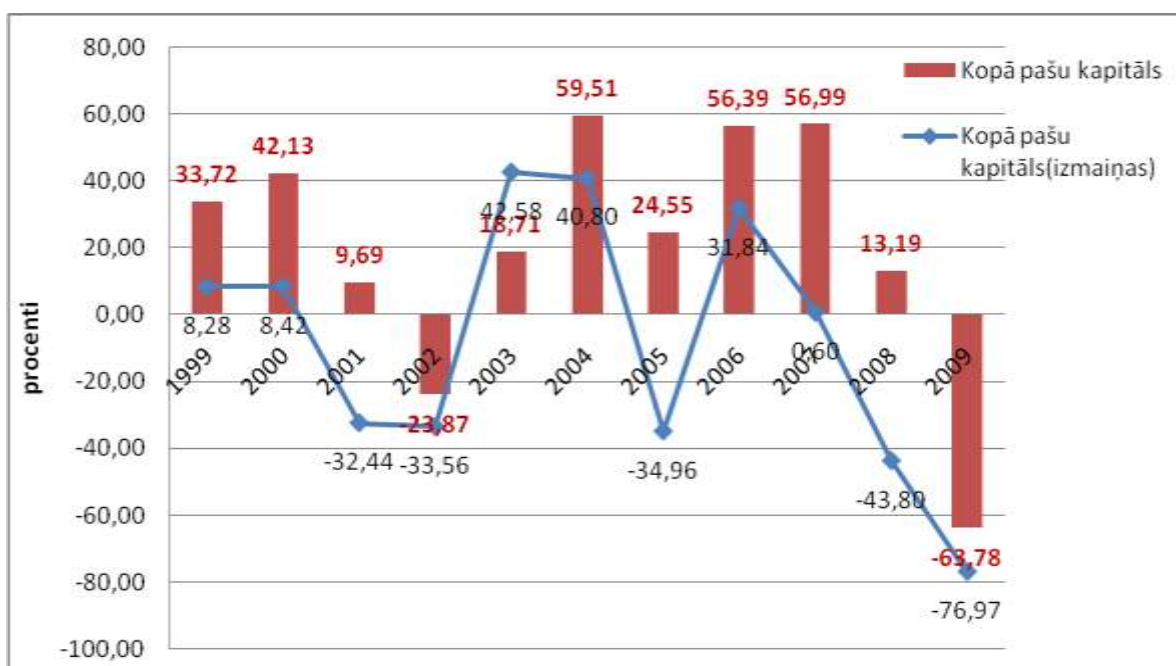
2.7.att. Autoskolas apgrozāmo līdzekļu struktūra un īpatsvars bilancē no 1999.-2009.gadam, procentos (34)

Pēc finanšu datiem var secināt, ka naudas līdzekļi apgrozāmo līdzekļu struktūrā veido ļoti mazu daļu, izņemot 2003.gadā, kad naudas līdzekļu īpatsvars bilancē ir 55,7%, kas ir mazliet vairāk kā puse no bilances struktūras. Visus pārējos gadus no 1999.gada līdz 2009. naudas līdzekļu īpatsvars ir bijis neliels no 0,01 % 2007.gadā un svārstījies līdz 3,98% 1999.gadā.

Šāds lēciens 2003.gadā saistīts ar to, ka 2002.gadu autoskola beidza ar zaudējumiem un 2003.gadā autoskola ir racionālāk tērējusi savus līdzekļus.

Aprozāmos līdzekļus pārsvarā veido debitori, kas liecina par to, ka autoskola ir aizdevusi līdzekļus. Šos debitorus veido autoskolas aizdevumi saviem darbiniekiem un administrācijai. Pie debitoriem klāt arī pieskaita nākamo periodu izmaksas, kas galvenokārt veidojas no automašīnu Obligātās civiltiesiskās apdrošināšanas, kas tiek iegādāta periodā uz gadu, kā arī dažāda ikdienas preses un grāmatvedības žurnālu abonementi. Tie kopā veido Nākamo periodu izmaksas.

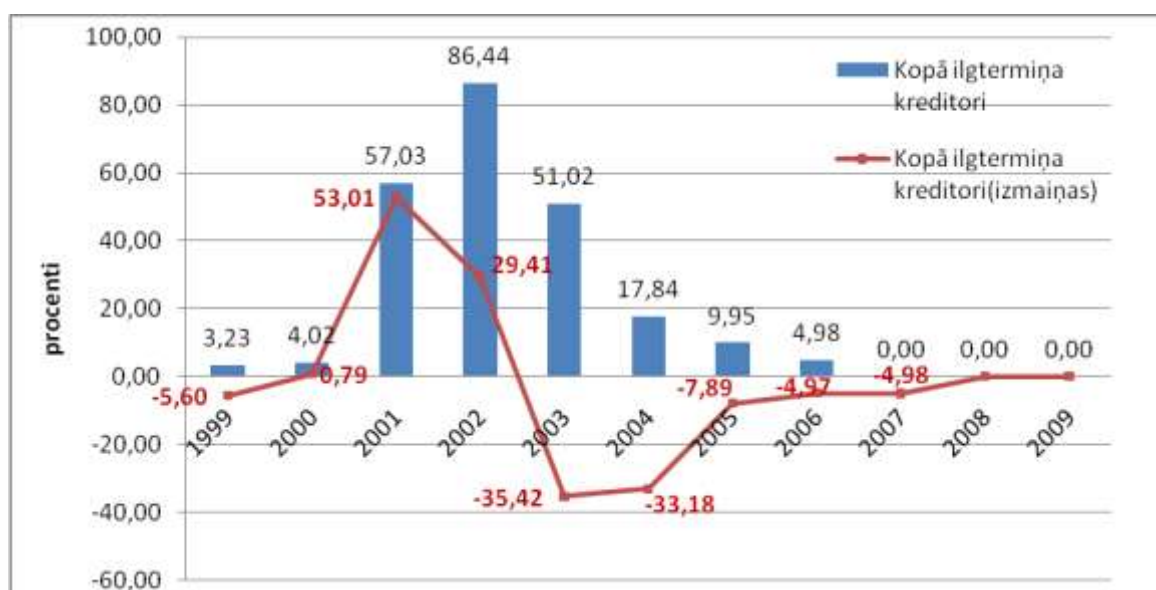
Tālāk bilances pasīva daļa un tās izmaiņas laika posmā no 1999.-2009.gadam. Kā pirmais ir aplūkots pašu kapitāls un tā īpatsvara izmaiņas pa gadiem, kas parādīts attēlā 2.8. Pēc aprēķiniem var secināt, ka 1999.gadā pašu kapitāla īpatsvars bilances pasīva daļā ir bijis vairāk kā 33%, kas nozīmē, ka 1/3 no bilances ir pašu kapitāls. 2000.gadā īpatsvars palielinājās. Pieaugums ir noticis uz pārskata gada nesadalītās peļņas rēķina. 2001.gadā pašu kapitāla īpatsvars samazinās par 32,44 procenta punktiem un ir 9,69%. Tas liecina, ka autoskola ir samazinājusi pašu kapitālu, pēc bilances datiem no 10900 Ls uz 2180 Ls, tas varētu būt skaidrojams ar uzņēmuma peļņas samazināšanos un liecina par sliktu finansiālo stāvokli. (skat.1.pielikums) Arī 2002.gadā šī tendence turpinās un pašu kapitāla īpatsvars samazinās arī šajā gadā, to veicina iepriekšējo gadu un pārskata gadu nesadalītās peļņas negatīvais lielums, kas liecina ka 2001.un 2002.gads ir nesis zaudējumus.



2.8.att. Autoskolas pašu kapitāla īpatsvars un tā izmaiņas no 1999.-2009.g. procentos (34)

2003.gadā pašu kapitāla īpatsvars palielinās. Šīs izmaiņas veidojušās pārskata gada nesadalītās peļņas pieauguma dēļ. Kā arī 2004.gads nesis peļņu, kas atspoguļojas pašu kapitāla īpatsvara pieaugumā, kas veidojies uz iepriekšējo gadu un pārskata gadu nesadalītās peļņas rēķina. 2005.gadā pašu kapitāla kopējais īpatsvars samazinājies sasniedzot 24,55% no bilances pasīva. To sekmēja pārskata gada peļņas samazinājums. 2006.un 2007.gads bijis veiksmīgs autoskolai. 2008.un 2009.gads nesis zaudējumus, jo pašu kapitāla īpatsvars samazinājies. Tas galvenokārt veidojies uz pārskata gada nesadalītās peļņas rēķina, kas bija negatīva.

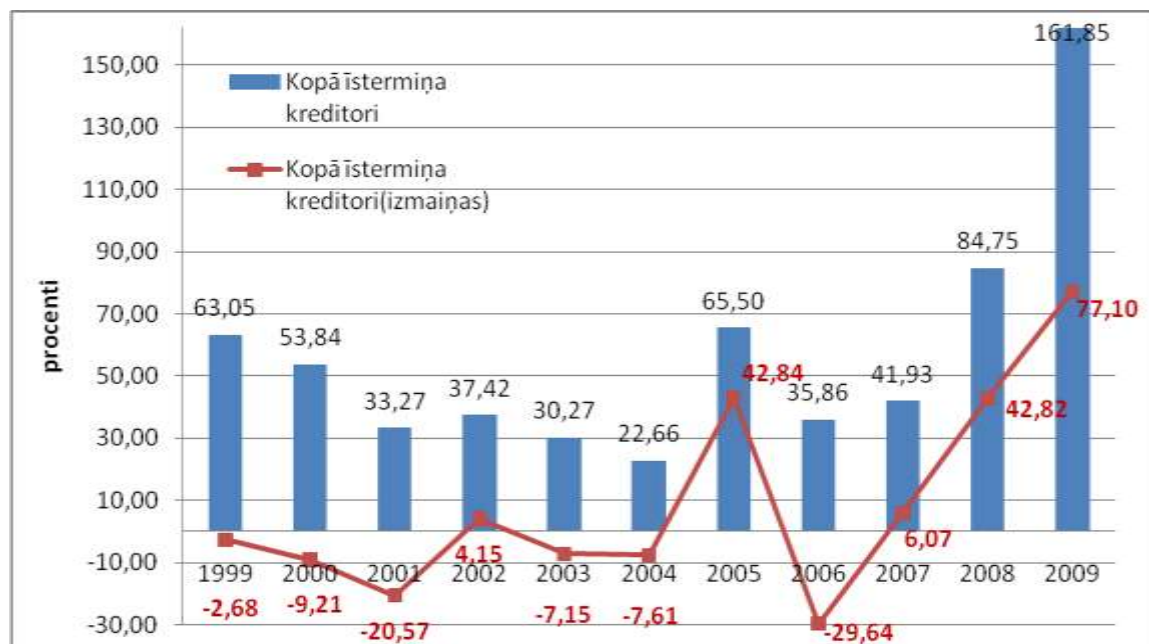
Kā nākamais pasīva daļā, svarīgi ir analizēt ilgtermiņa un īstermiņa kreditoru īpatsvaru un tā izmaiņas, lai novērtētu autoskolas kredītsaistības. Attēlā 2.9. parādīts autoskolas ilgtermiņa kreditoru īpatsvars un tā izmaiņas pētāmajā periodā.



2.9.att. Autoskolas ilgtermiņa kreditoru īpatsvars un tā izmaiņas no 1999.-2009.g.procentos (34)

Pēc datiem var secināt, ka sākot no 2001.gadu ilgtermiņa kreditoru īpatsvars salīdzinot ar iepriekšējo gadu pieaug par 53,01 procentu punktiem, un 2002.gadā vēl par 29,41 procentu punktiem. Šāds ilgtermiņa kreditoru īpatsvars vērtējams divējādi, ilgtermiņa kreditoru pieaugums var liecināt par aizņemtiem naudas līdzekļiem uzņēmuma attīstībai vai arī aizņemtiem līdzekļiem, lai segtu savas finansiālās grūtības. Šajā gadījumā 2001.gadā šāds rādītājs ir bijis uz posteņa Pārējie kreditori rēķina, kas varētu nozīmēt, ka autoskola aizņēmusies nevis no kredītiestādēm, bet kādas fiziskas personas. 2002.gadā šo palielinājumu deva arī parādi piegādātājiem un darbuņēmējiem, kad autoskolai nepietika līdzekļu, lai norēķinātos par savām saistībām. Sākot ar 2003.gadu ilgtermiņa kreditoru īpatsvars ir samazinājies, un sākot ar 2007.gadu autoskolai nav nekādu ilgtermiņa saistību.

Neskatoties uz ilgtermiņa kreditoru īpatsvara samazinājumu pēdējos gados, autoskola ir palielinājusi savas īstermiņa saistības. To īpatsvaru un īpatsvara izmaiņas parādītas attēlā 2.10.

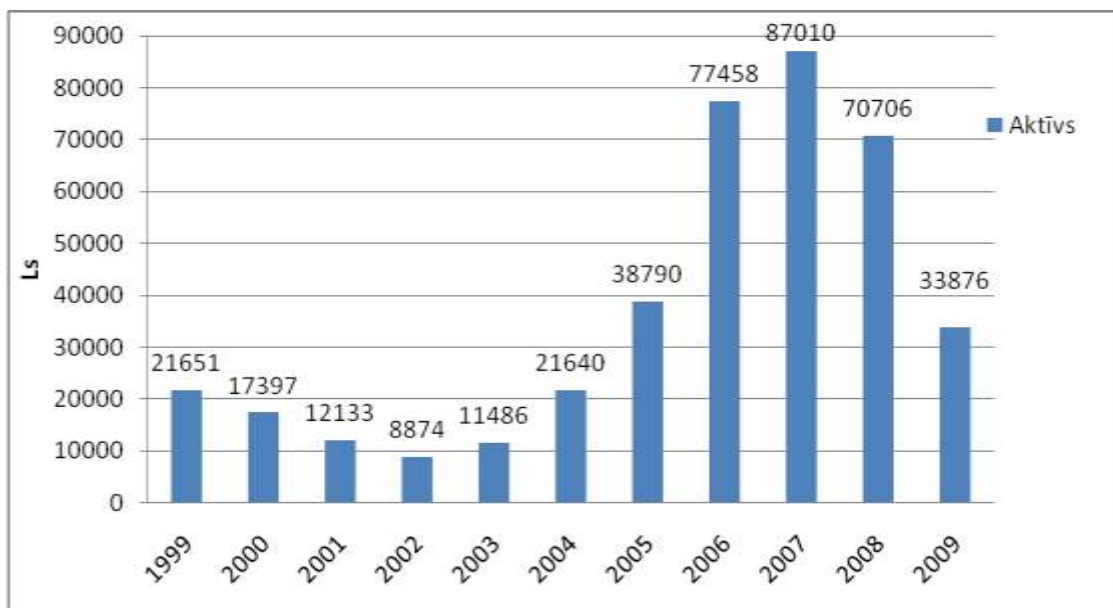


2.10.att. Autoskolas īstermiņa kreditoru īpatsvars bilancē un tā izmaiņas no 1999.-2009.g.procentos (34)

Dati atspoguļo, ka 1999.gadā salīdzinot ar iepriekšējo ir īstermiņa kreditoru samazinājums, un īstermiņa kreditoru īpatsvars ir 63,05%, kas vērtējams kā ļoti augsts, jo vairāk kā puse bilances pasīva daļas ir parādsaistības. 2000.un 2001.gadā īstermiņa kreditoru īpatsvars samazinās, kas vērtējams pozitīvi, jo autoskola ir spējīga norēķināties par savām saistībām. 2002.gadā īstermiņa saistību īpatsvars pieaug, kas liecina par to, ka autoskola ir palielinājusi savas īstermiņa saistības. Tas varētu arī būt sasitīts ar to, ka 2001.gads nesa zaudējumus un autoskolai trūka līdzekļu, ko tie sedza ar īstermiņa kreditoru palīdzību. 2003.gadā īstermiņa kreditoru īpatsvars bilancē samazinās, tas vērtējams ļoti pozitīvi, kā arī 2004.gads ir bijis veiksmīgs. 2005.gadā īstermiņa kreditoru īpatsvars pieaug sasniedzot 65,5% no bilances, kas ir ļoti daudz un liecina par lielu īstermiņa saistību summu. Šis pieaugums varētu būt saistīts ar jaunu automašīnu iegādi saimnieciskajai darbībai, tāpēc palielinājušās īstermiņa saistības. 2006.gadā īstermiņa saistību īpatsvars samazinājies, bet sākot no 2007.gada līdz pat 2009.gadam īstermiņa saistību īpatsvars bilancē ir palielinājies 161,85% 2009.gadā. 2009.gadā šāda situācija veidojusies iepriekšējo gadu un pārskata gada peļņas negatīvā lieluma dēļ.

Bilances vertikālā analīze bieži vien tiek papildināta ar bilances horizontālo analīzi, kas atspoguļo absolūtos rādītājus un tā novirzes, kas palīdz saprast, cik liela ir bilances vērtība naudas izteiksmē, ar kāds ir reāls apgrozījums skatoties pēc Peļņas vai zaudējuma aprēķina.

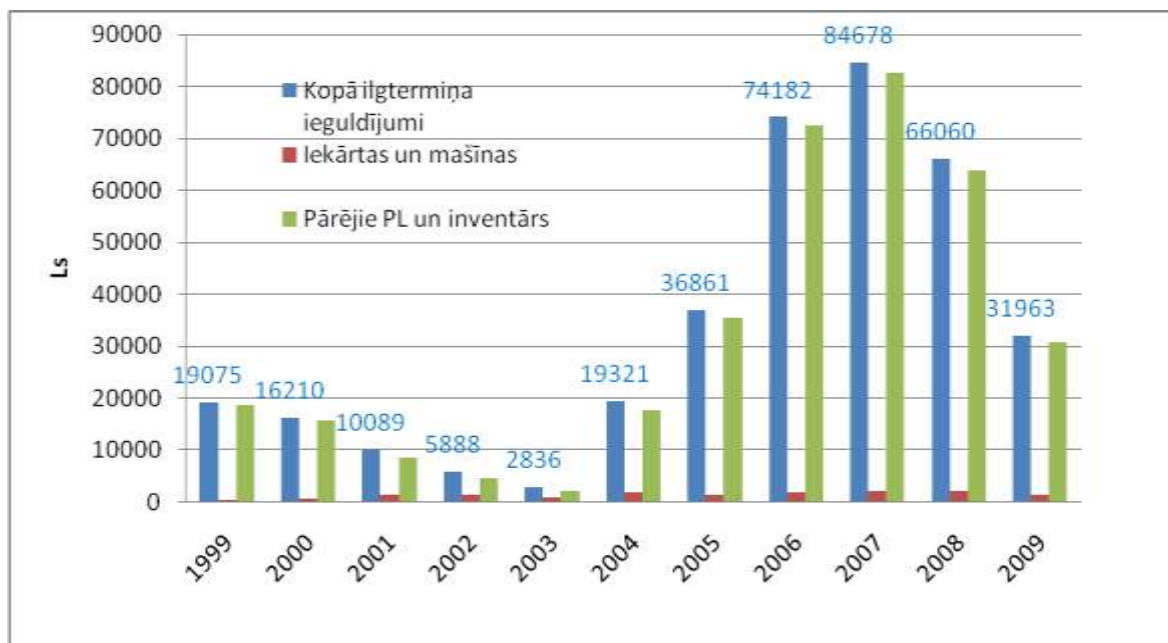
Kā ļoti svarīgs rādītājs, ko nepieciešams apskatīt ir bilances aktīvu svārstības, to palielinājums vai tieši otrādi – samazinājums, kas liecina par finansu stāvokļa pasliktināšanos. Attēlā 2.11. ir atspoguļotas aktīva izmaiņas laika posmā no 1999.-2009.gadam.



2.11.att. Autoskolas bilances aktīva izmaiņas no 1999.-2009.gadam, latos (34)

Pēc autoskolas bilances datiem var secināt, ka laika posmā no 1999.-2002.gadam aktīvu kopsumma ir pakāpeniski samazinājusies un 2002.gadā tā bijusi tikai 8874 Ls, šo samazinājumu gadu laikā sekmēja ilgtermiņa ieguldījumu samazināšanās, kā arī naudas līdzekļu samazināšanās. No 2003.gada līdz 2007.gadam aktīvu summa palielinājās no 11486 Ls līdz 87010 Ls 2007.gadā, kas arī apskatītajā periodā ir visaugstākais rādītājs. Šādu aktīvu summas pieaugumu veicināja autoskolas finansiālā stāvokļa uzlabošanās, peļņas pieauguma dēļ, kā arī nemitīga uzņēmuma vadības spēja nopelnīto ieguldīt, lai iegādātos pamatlīdzekļus, kas nepieciešami saimnieciskās darbības nodrošināšanai.

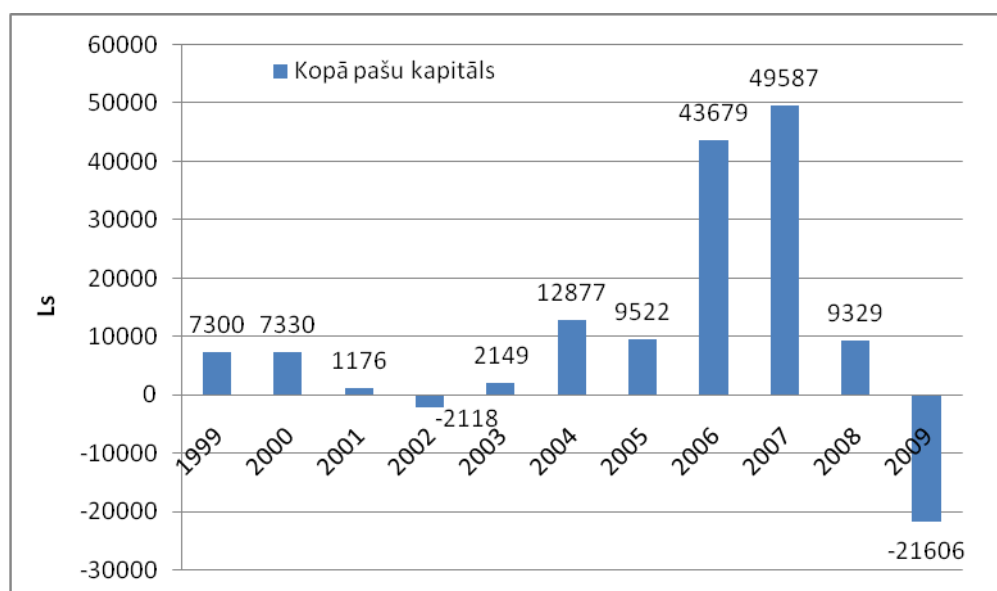
Autoskolas darbība nevarētu pastāvēt bez autotransporta, kas bilancē veido ilgtermiņa ieguldījumus, kas nepieciešams saimnieciskās darbības nodrošināšanai. Attēlā 2.12. parādīti ilgtermiņa ieguldījumu posteņu dinamika aboslūtās vērtībās.



2.12.att. Autoskolas ilgtermiņa ieguldījumu dinamika no 1999.-2009.g.latos (34)

Attēls 2.12. atspoguļo ilgtermiņa ieguldījumu kopējo vērtību dinamiku pa gadiem un to sastāvu – iekārtas un mašīnas, kā arī pārējie pamatlīdzekļi un inventārs. Salīdzinot aktīvu vērtību dinamiku un ilgtermiņa ieguldījumu dinamiku, var secināt, ka autoskolas bilances aktīvi ir tieši atkarīgi no ilgtermiņa ieguldījumu lieluma un to izmaiņām.

Svarīgi novērtēt uzņēmuma finansiālo neatkarību, to vislabāk atspoguļo pašu kapitāls un tā izmaiņas. Autoskolas pašu kapitāla izmaiņas atspoguļotas attēlā 2.13.

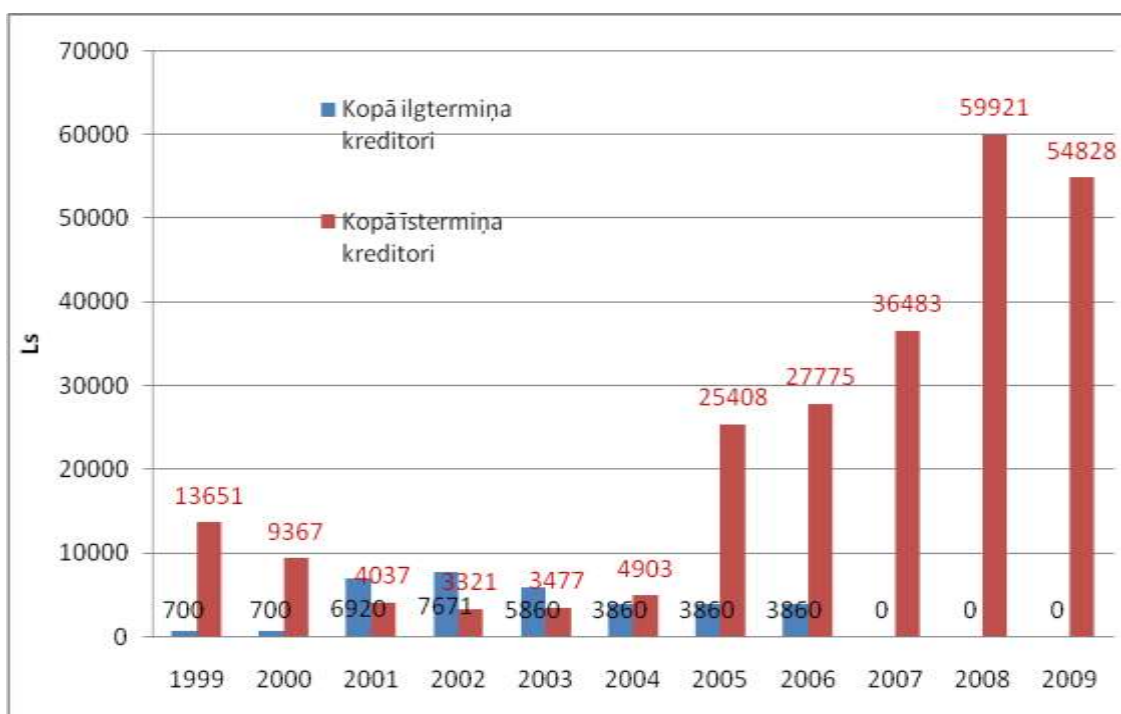


2.13.att. Autoskolas pašu kapitāla dinamika no 1999.-2009.g.latos (34)

Pēc aprēķiniem 1999.un 2000.gadā pašu kapitālā izmaiņas nebija. 2001.gadā pašu kapitāls samazinājies, tas pamtā noticis, jo samazināts akciju vai daļu kapitāls un arī uz pārskata gada nesadalītās peļņas rēķina. Šāda pati tendence ir turpinājusies arī 2002.gadā. 2003.gadā pašu kapitāls pieaudzis līdz 2149 Ls. Tad 2004.gadā liels pieaugums līdz 12877 Ls, kas noticis uz

pārskata gada nesadalītās peļņas rēķina un vērtējams pozitīvi, jo pieaugot pašu kapitālam, uzņēmums kļūst neatkarīgāks. 2005.gadā atkal pašu kapitāls ir samazinājies, ko veicinājis pārskata gada nesadalītās peļņas apjoms. 2006.un 2007.gads vērtējams kā ļoti pozitīvs, jo pašu kapitāls pieaudzis par 34137 Ls un tad par 5908Ls , 2007.gadā sasniedzot 49587 Ls līmeni. Šādu pieaugumu deva iepriekšējo un pārskata gadu nesadalītās peļņas apjomi. 2008.gadā pašu kapitāls samazinās, kas ir vērtējams negatīvi un 2009.gadā pašu kapitāls uz bilances pasīva fona ir negatīvs -21606 Ls, jo pārskata gada nesadalītā peļņa ir -30936 Ls.

Kā svarīgs aspekts jebkura uzņēmuma darbībā ir saistības. Autoskola pētāmā perioda sākumā ir bijusi ļoti piesardzīga gan ar īstermiņa, gan ilgtermiņa saistībām. Bet sākot no 2005.gada īstermiņa saistības ir pieaugušas. Tas atspoguļots attēlā 2.14.

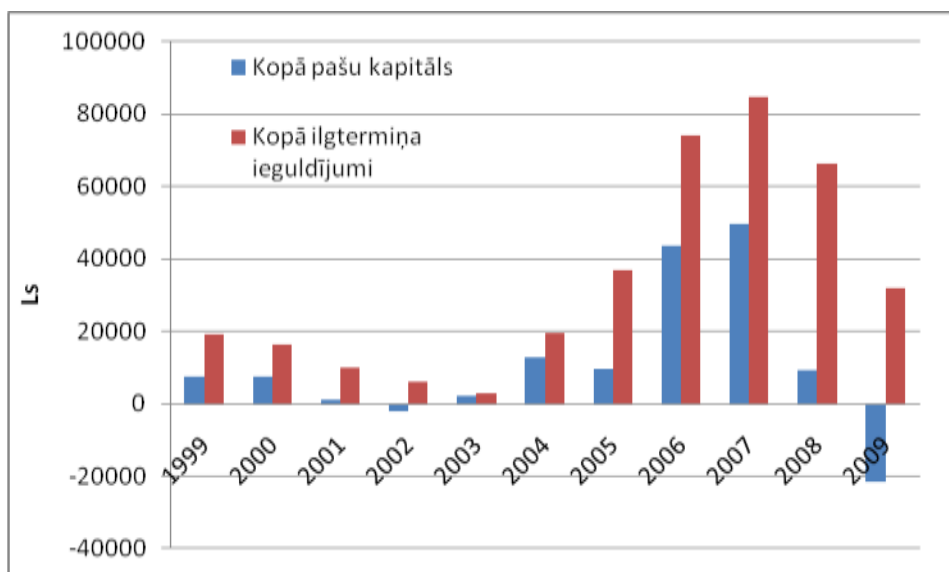


2.14.att. Autoskolas saistību dinamika no 1999.-2009.g. latos (34)

Pēc finansu pārskatu datiem var secināt, ka autoskola vairāk devusi priekšroku īstermiņa aizņēmumiem nekā ilgtermiņa. Kā redzams attēlā 2.14. ilgtermiņa saistības autoskolai ir no 1999.-2006.gadam, 2007.gadā ilgtermiņa aizņēmumi autoskolai vairs nav. 1999.gadā īstermiņa saistības bijušas 13651 Ls apmērā, galvenokārt tie veidojušies no posteņiem Citi aizņēmumi, kā arī bijuši parādi par nodokļiem un nodevām. Sākot no 2005.gada autoskolas īstermiņa kreditoru pieaugums ir bijis milzīgs salīdzinot ar laika posmu no 1999.-2004.gadam, no 4903 Ls 2004.gadā līdz 25408 Ls 2005.gadā, kas ir par 418% vairāk. Tas liecina, ka uzņēmuma attīstībai, autoskolas vadība deva priekšroku īstermiņa kreditoiem. Šīs īstermiņa saistības palielinājās līdz 2008.gadam un gada beigās sasniedza 59921 Ls. Pozitīvi vērtējams

tas, ka 2009.gadā īstermiņa saistības uz gada beigām ir samazinājušās līdz 54828Ls, samazinājums ir neliels, bet tendence vērtējama pozitīvi.

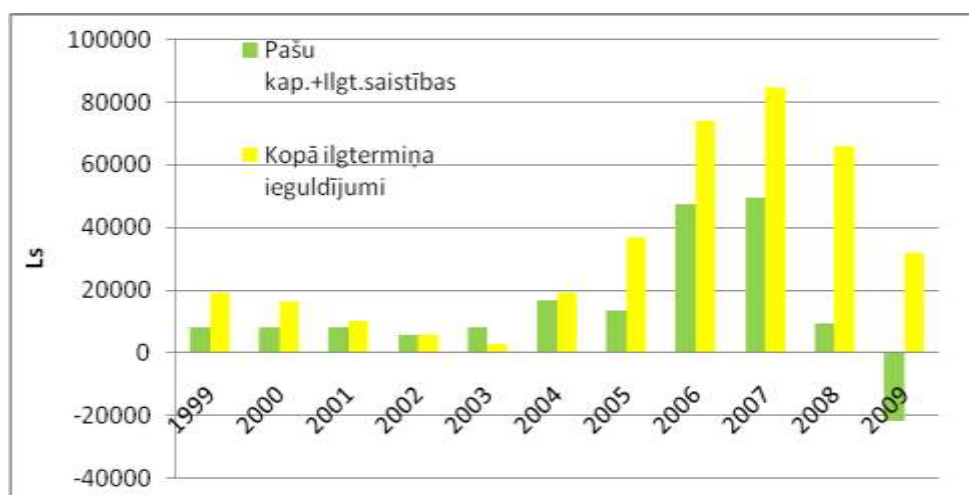
Bilances horizontālajā analīzē ir derīgi noskaidrot, vai uzņēmums ir spējīgs un vai ievēro visus trīs bilances zelta likumus, jo bilances horizontālā analīze pamatā balstās uz šiem trīs likumiem. Darba autore noskaidro, vai autoskola ievēro pirmo likumu - ilgtermiņa ieguldījumi jāsedz ar pašu kapitālu. Šo rādītāju var aprēķināt arī skaitliski, bet uzskatāmākai informācijai, darba autore ir izveidojusi attēlu 2.15., kur parādīts vai ilgtermiņa ieguldījumi tiek segti ar pašu kapitālu.



2.15.att. Autoskolas pirmā bilances zelta likuma novērtējums 1999.-2009.g. latos (34)

Tā kā pašu kapitāls ir uzņēmuma rīcībā uz neierobežotu laiku, tāpēc to ir jāfinansē ar ilgtermiņa ieguldījumiem. Pēc attēla 2.15. var secināt, ka autoskola racionāli izmanto pašu kapitālu un ar to netiek finansēti apgrozāmie līdzekļi. Visu laika posmu no 1999.-2009.gadam ilgtermiņa ieguldījumi pārsniedz pašu kapitālu, gan ar lielākām novirzēm, gan mazākām.

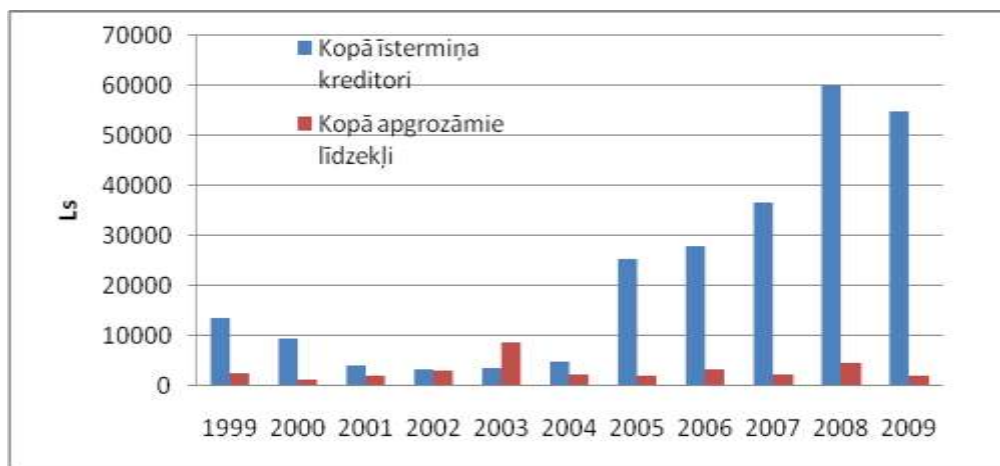
Otrs bilances zelta likums shematiski parādīts attēlā 2.16.



2.16.att. Autoskolas otrā bilances zelta likuma novērtējums no 1999.-2009.g.,latos (34)

Otrs bilances zelta likums paredz, ka ilgtermiņa ieguldījumus ir jāsedz ar pašu kapitālu un ilgtermiņa saistībām. Ilgtermiņa saistības ir jādzēš pēc viena gada un ilgāk, tāpēc tās vairs nevar izmantot ilgtermiņa ieguldījumu finansēšanai. Pēc aprēķiniem, kas parādīti attēlā 2.16. var secināt, ka autoskolai visu aplūkoto laika periodu, izņemot 2003.gadu, ilgtermiņa ieguldījumi pārsniedz ilgtermiņa rīcībā esošo kapitālu. Tas liecina par to, ka autoskola visu laiku palielina ilgtermiņa ieguldījumus nevis ar ilgtermiņa lietošanā saņemto kapitālu sedz apgrozāmos līdzekļus, kas vērtējams pozitīvi.

Trešais bilances zelta likums paredz, ka apgrozāmie līdzekļi jāsedz ar īstermiņa saistībām. Tas parādīts attēlā 2.17.



2.17.att. Autoskolas trešā bilances zelta likums novērtējums no 1999.-2009.g.latos (34)

Trešais likums paredz apgrozāmo līdzekļu finansēšanu. Pēc attēla 2.17. var novērtēt, ka īstermiņa saistības krietni pārsniedz apgrozāmos līdzekļus, izņemot 2003.gadu, kad apgrozāmie līdzekļi bija lielāki par saistībām. Pēc šādas struktūras, var secināt, ka uzņēmumam vai nu vajadzētu samazināt īstermiņa saistības, vai palielināt apgrozāmo kapitālu. Kopumā var secināt, ka tiek izpildīts arī trešais likums un apgrozāmie līdzekļi tiek segti ar īstermiņa saistībām, izņemot vienu gadu 2003.

2.3. Autoskolas maksātspējas novērtējums 1999.-2009.gadam

Autoskola darbojas Latvijas tirgū jau vairāk kā 15 gadus. Maksātspējas novērtējums šim uzņēmumam visā tā darbības laikā nav veikts nevienu reizi.

Lai autoskolas maksātspējas novērtējums būtu precīzāks, darba autore ir aprēķinājusi autoskolas maksātspējas rādītājus – likviditātes koeficientus un maksātspējas jeb saistību koeficientus, kā arī bankrota prognozēšanas modeļus. Uzņēmuma likviditātes

analīze nozīmē finansiālās stabilitātes noteikšanu. Izmantojot abas metodes, maksātspējas analīze ir precīzāka, jo ir iespējams salīdzināt rezultātus.

Kā pirmos, darba autore ir aprēķinājusi autoskolas likviditātes rādītājus 1999.-2009.gadam. šie rādītāji atspoguļoti tabulā 2.1.

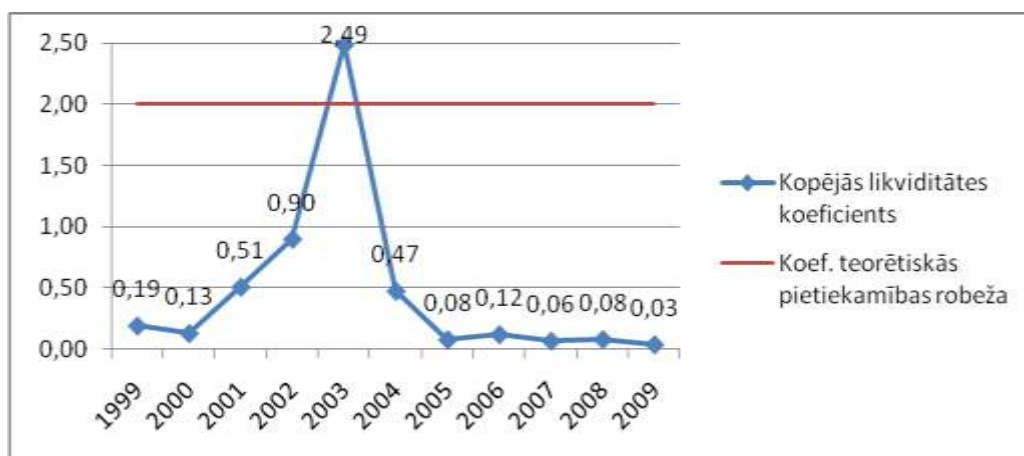
2.1.tabula

Autoskolas likviditātes koeficientu dinamika 1999.-2009.g. (34)

Rādītāji	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Kopējās likviditātes koeficients	0,19	0,13	0,51	0,90	2,49	0,47	0,08	0,12	0,06	0,08	0,03
Ātrās likviditātes koeficients	0,19	0,13	0,51	0,90	2,49	0,47	0,08	0,12	0,06	0,08	0,03
Absolūtās likviditātes koeficients	0,06	0,00	0,00	0,00	1,84	0,11	0,00	0,01	0,03	0,00	0,00

Kā atspoguļots tabulā 2.1., likviditātes rādītāji ir ļoti zemi, jo pirmajam rādītājam pieteikamības robeža ir sākot no 1, ātrās likviditātes koeficientam arī robeža ir 1, bet svārstības pieļauj no 0,7 līdz 1, un trešajam koeficientam teorētiskā pietiekamība ir no 0,2 – 0,25. Kopējās likviditātes koeficients un ātrās likviditātes koeficients ir vienādi, tas skaidrojams ar autoskolas apgrozāmo līdzekļu sastāvu. Pirmajā koeficienta aprēķinā ņem vērā visus apgrozāmos līdzekļus, bet otro likviditātes koeficientu aprēķinā ņem vērā daļu no apgrozāmajiem līdzekļiem – naudas līdzekļus, īstermiņa vērtspapīrus un debitoru saistības. Autoskolas apgrozāmo līdzekļu posteņi ir tikai debitori un naudas līdzekļi, nav ne krājumu, ne īstermiņa vērtspapīru, tieši tādēļ šie divi rādītāji ir vienādi.

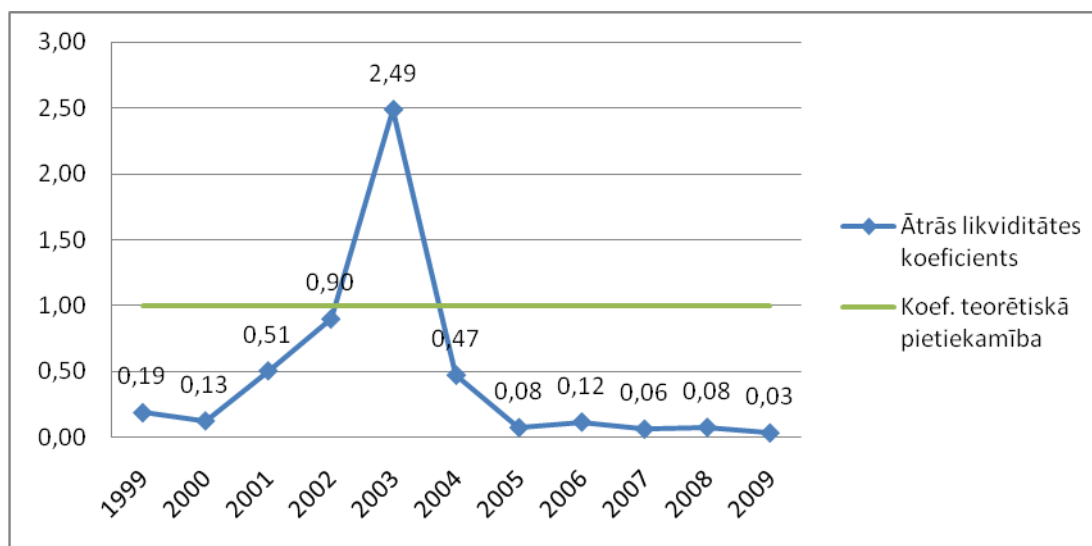
Attēlā 2.18. parādīts kopējās likviditātes koeficients un tā teorētiskās pietiekamības robeža.



2.18.att. Autoskolas kopējās likviditātes koeficienta dinamika 1999.-2009.g. (34)

Kopējās likviditātes koeficients ir pietiekošs, ja tas ir vērtībā ap 2. Pēc attēla 2.18. var redzēt, ka šāda situācija autoskolai nav bijusi nevienu reizi apskatītajā periodā. Zinātniskajā literatūrā tiek pieļauta arī amplitūda šim rādītājam no 1 līdz 2. Arī šajā intervālā nevienā no apskatītajiem gadiem, autoskolas kopējās likviditātes koeficients nav bijis. Šie zemie rādītāji, norāda uz to, ka autoskola nav spējīga ar apgrozāmajiem līdzekļiem segt savas īstermiņa saistības. Šāda situācija veidojās, jo autoskolai bija nepietiekami naudas līdzekļi, kā arī īstermiņa saistības bija pārāk lielas un autoskolai nebija iespēju norēķināties ar īstermiņa kreditoriem. Tikai 2003.gadā autoskolai kopējās likviditātes rādītājs ir bijis 2,49, kas ir nedaudz virs ieteicamā. Šādu situāciju var skaidrot ar naudas līdzekļu pieaugumu un nākamo periodu izmaksu pieaugumu. Naudas līdzekļi uz 2003.gada beigām salīdzinot ar gada sākumu mainījušies no 2 Ls līdz 6396 Ls. Naudas līdzekļu pieaugumu veicināja arī debitoru parādu samazinājums. (skat.1.pielikumu) Visos nākamajos gados šis rādītājs ir ļoti zems, un tas nozīmē, ka autoskolai var izveidoties grūtības īstermiņa saistību kārtošanā.

Kā nākamo likviditātes rādītāju, autore ir aprēķinājusi ātrās likviditātes jeb starpseguma koeficientu. Ja kopējās likviditātes koeficientā apskatīja visu apgrozāmo līdzekļu posteņus, tad šis rādītājs parāda naudas līdzekļu un debitoru posteņu spēju segt īstermiņa saistības, kas ir likvidāki par visu apgrozāmo līdzekļu grupu. Šī rādītāja dinamika attēlota attēlā 2.19.

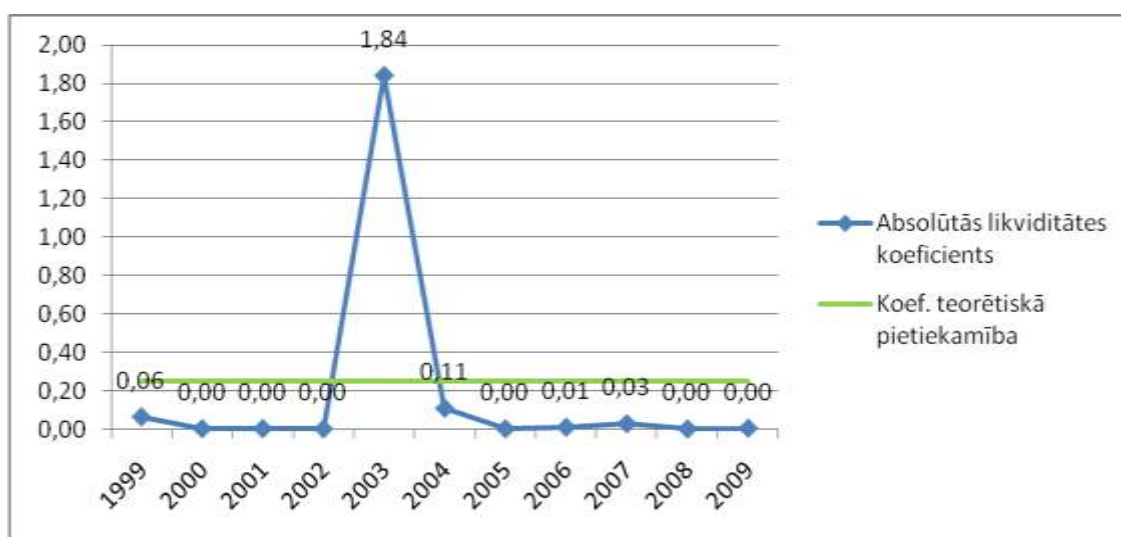


2.19.att. Autoskolas ātrās likviditātes koeficienta dinamika no 1999.-2009.g. (34)

Pēc aprēķiniem var secināt, ka koeficienta rādītāji ir tieši tādi paši, kā kopējās likviditātes koeficienti. Tas skaidrojams ar to, ka apgrozāmo līdzekļu grupā autoskolas bilancē ir tikai debitori un naudas līdzekļi. Nav ne krājumu, ne arī vērtspapīri un līdzdalība kapitālos. Šim rādītājam teorētiskā pietiekamība ir 1, bet intervālu pieļauj no 0,7 līdz 1. Naudas līdzekļu un debitoru likviditātes pakāpe ir iespējama īsākā laikā nekā visu apgrozāmo līdzekļu. Pēc šī

rādītāja, ātrās likviditātes koeficients atbilst vajadzīgajam tikai 2002.gadā. No 1999.-2001. No 2004.-2009.gadam tas ir zem 0,51 līdz pat 0,03, kas ir kritisks stāvoklis, jo tas liecina, ka autoskolai var rasties problēmas īstermiņa parādu segšanā. 2003.gadā ir liels pieaugums naudas līdzekļiem, kas arī izraisījis šādu koeficienta lielumu 2,49. Visos pārējos gados, kad koeficients ir bijis zem 0,7 atzīmes, naudas līdzekļi ir bijuši mazi, īstermiņa saistības ir pieaugušas, bet debitoru parādi ir mainījušies tikai nedaudz. (skat.1.pielikumu)

Kā trešais koeficients ir absolūtās likviditātes koeficients, kas parāda kādu īstermiņa saistību daļu autoskola ir spējīga dzēst vistuvākajā laikā. Šo rādītāju var izteikt arī procentuāli, bet attēlā 2.20. tas parādīts kā koeficients.



2.20.att. Autoskolas absolūtās likviditātes koeficienta dinamika no 1999.-2009.g. (34)

Absolūtās likviditātes koeficienta pietiekamība ir 0,25 jeb ja uzņēmums ir spējīgs segt ar saviem naudas līdzekļiem 25% no savām īstermiņa saistībām, tad tas ir pietiekoši. Kā redzams attēlā 2.20., šādu atzīmi autoskola ir sasniegusi tikai vienā gadā. 2003.gadā autoskola ar saviem naudas līdzekļiem ir spējīga segt pilnīgi visas savas īstermiņa saistības, pat vairāk - 184% no savām īstermiņa saistībām. Šādu situāciju 2003.gadā, kā jau iepriekš minēts pie pirmajiem diviem koeficientiem, veicināja debitoru parādu samazinājums, kas veicināja arī naudas līdzekļu pieaugumu par 6394 Ls. Pārējos gadus autoskola nav spējusi segt gandrīz neko. No 2000.-2002.un 2005., 2008.un 2009.gadā šis rādītājs ir 0, kas nozīmē, ka visus šos gadus autoskolai nav bijis līdzekļu savu īstermiņa saistību segšanai. Situācija mazliet uzlabojusies 2004.gadā, kad absolūtā likviditāte ir 11%, tas skaidrojams ar esošajiem naudas līdzekļiem un to nelielu pieaugumu. 2006.un 2007.gadā šis rādītājs ir attiecīgi 1% un 3%, kas ir ļoti zems rādītājs. Kopumā var secināt, ka 11 gadu griezumā autoskolas maksāspēja ir bijusi ļoti zema un autoskolai nav bijis iespēju laikus segt savas īstermiņa saistības, izņemot 2003.gadu. Cēlonis tam ir autoskolas vadības nemitīga vēlme ieguldīt attīstībā, kas šajos gados tika darīts uz īstermiņa saistību rēķina.

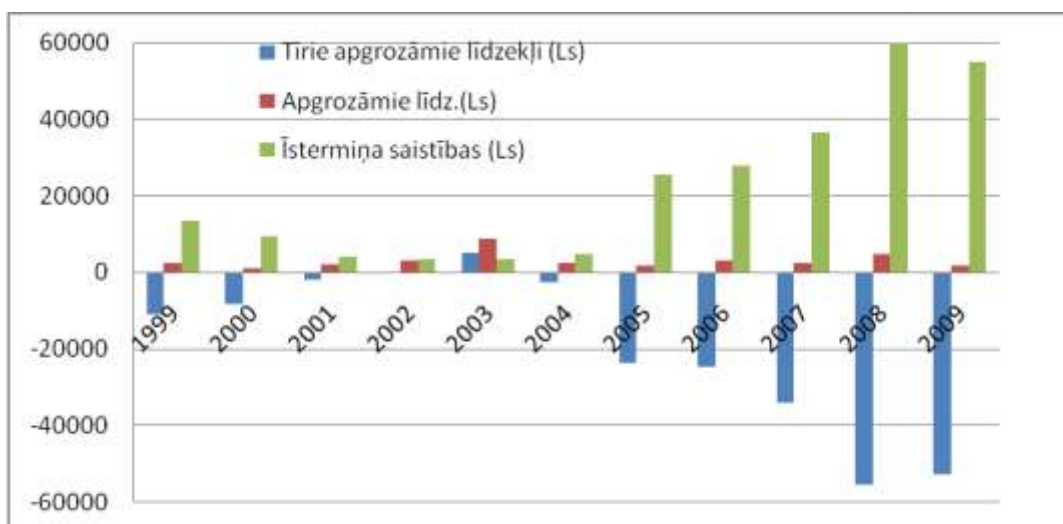
Papildus likviditātes koeficientiem, darba autore ir aprēķinājusi autoskolas tīro apgrozāmo līdzekļu dinamiku. Šie līdzekļi nepieciešami, lai uzņēmums varētu uzturēt savu finansiālo stabilitāti. Svarīgi novērtēt, vai autoskolas apgrozāmo līdzekļu vērtība ir pietiekama ne tikai īstermiņa saistību segšanai, bet arī ir pietiekoši finanšu resursi, lai paplašinātu savu darbību nākotnē. Tabulā 2.2. parādīta tīro apgrozāmo līdzekļu dinamika no 1999.-2009.gadam.

2.2.tabula

Autoskolas tīro apgrozāmo līdzekļu dinamika 1999.-2009.g. (34)

Gads	Tīrie apgrozāmie līdzekļi (Ls)	Gads	Tīrie apgrozāmie līdzekļi (Ls)
1999	-11075	2005	-23479
2000	-8180	2006	-24499
2001	-1993	2007	-34151
2002	-335	2008	-55275
2003	5173	2009	-52916
2004	-2584		

Pēc tabulas 2.2. datiem, var redzēt, ka visus gadus, izņemot 2003., šie tīrie apgrozāmie līdzekļi ir nepietiekami, lai segtu īstermiņa saistības. 2003.gada pozitīvos rādītājus, var izskaidrot ar apgrozāmo līdzekļu pieaugumu, ko deva naudas līdzekļu pieaugums. Visos pārējos gados autoskolai nav iespēju segt savas īstermiņa saistības un arī nepietiek līdzekļu savas darbības paplašināšanai nākotnē. Attēlā 2.21. atspoguļota tīro apgrozāmo līdzekļu veidošanās.



2.21.att. Autoskolas tīro apgrozāmo līdzekļu veidošanās no 1999.-2009.g. (34)

Pēc finanšu pārskatu datiem var secināt, kāpēc veidojas tīrie apgrozāmie līdzekļi ar negatīvu zīmi. Īstermiņa saistības krietni pārsniedz apgrozāmos līdzekļus. Kā arī var redzēt, ka šī negatīvā tendence no 2005.gada tikai pastiprinās. Attēls 2.21. parāda, ka tīrie apgrozāmie

līdzekļi ar īstermiņa saistībām veido pretēju tendenci, pieaugot īstermiņa saistībām, tīrie apgrozāmie līdzekļi samazinās, tas saistīts tikai un vienīgi ar apgrozāmo līdzekļu nepietiekamību saistību segšanā. Autoskolai vajadzēja izvērtēt, kādēļ īstermiņa saistības pieauga, bet apgrozāmie līdzekļi nespēja tās nosegt.

Tālāk darba autore ir aprēķinājusi autoskolas saistību jeb maksāspējas koeficientus. Tie parāda kāda ir autoskolas kapitāla struktūra un kā tā spēj segt savas saistības 11 gadu garumā. Tabulā 2.3. ir parādīti aprēķinātie saistību koeficienti no 1999.-2009.gadam.

2.3.tabula

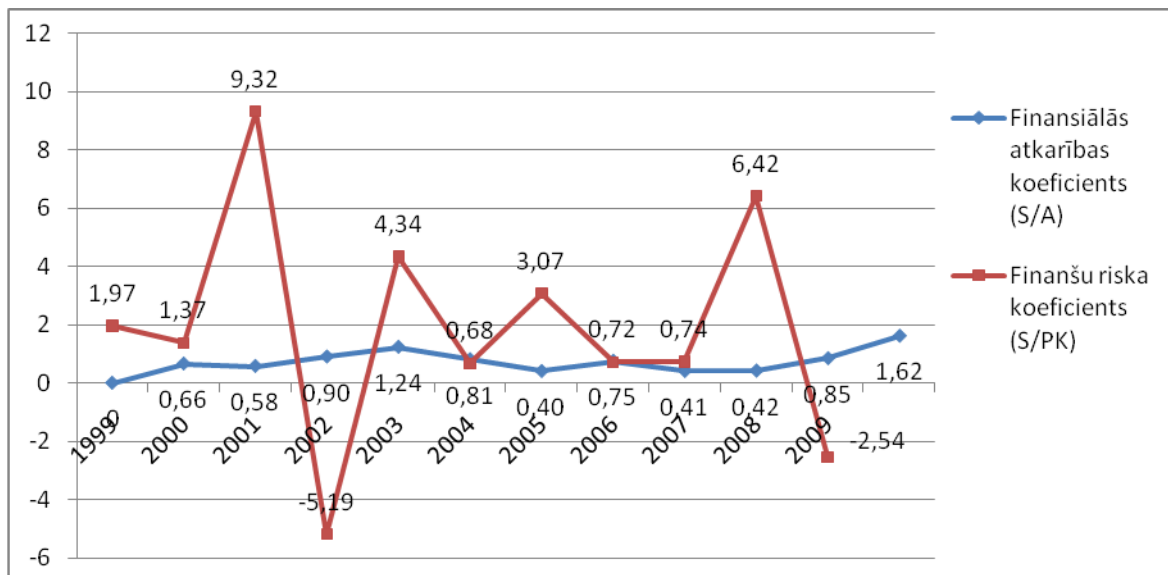
Autoskolas kapitāla struktūras rādītāju dinamika 1999.-2009.g. (34)

Rādītāji	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Finansiālās atkarības koeficients (S/A)	0,66	0,58	0,90	1,24	0,81	0,40	0,75	0,41	0,43	0,85	1,62
Finansiālās autonomijas koeficients (PK/A)	0,34	0,42	0,10	-0,24	0,19	0,60	0,25	0,59	0,57	0,15	-0,62
Finanšu riska koeficients (S/PK)	1,97	1,37	9,32	-5,19	4,34	0,68	3,07	0,72	0,74	6,42	-2,54

Pēc tabulas 2.3. datiem redzams, kas saistību kopsumma bilances struktūrā ir robežās no 40% 2004.gadā līdz 124% 2002.gadā. Jo finansiālās atkarības rādītājs zemāks, jo labprātāk kreditori izsniegs kredītus, jo rādītājs zemāks, jo mazāk uzņēmums atkarīgs no saistībām un citiem kreditoriem. Lielās īstermiņa un ilgtermiņa saistības var skaidrot ar pašu līdzekļu nepietiekamību, lai attīstītos, iegādātos pamatlīdzekļus saimnieciskai darbībai. Kā iepriekš jau minēts, autoskolas darbībai nepieciešamie līdzekļi saimnieciskās darbības nodrošināšanai ir autotransports, kas prasa lielus kapitālos ieguldījumus. Ja uzņēmumam nepietiek savu naudas līdzekļu par ko tos iegādāties, ir nepieciešams aizņemties.

Finansiālās atkarības koeficienta un finansiālās autonomijas koeficienta summa veido 1. Finansiālās autonomijas koeficients parāda autoskolas neatkarību, jo šis koeficients ir lielāks, jo uzņēmums ir neatkarīgāks. Pēc tabulas 2.3. datiem var redzēt šī rādītāja svārstības no -0,62 līdz 0,60. Autoskola ir bijusi visneatkarīgākā 2004.gadā, bet vissliktākais stāvoklis ir bijis 2009.gadā, kad šis rādītājs ir bijis negatīvs -0,62.

Attēlā 2.22. grafiski parādīti finansiālās atkarības un finanšu riska koeficientu dinamika 11 gados.

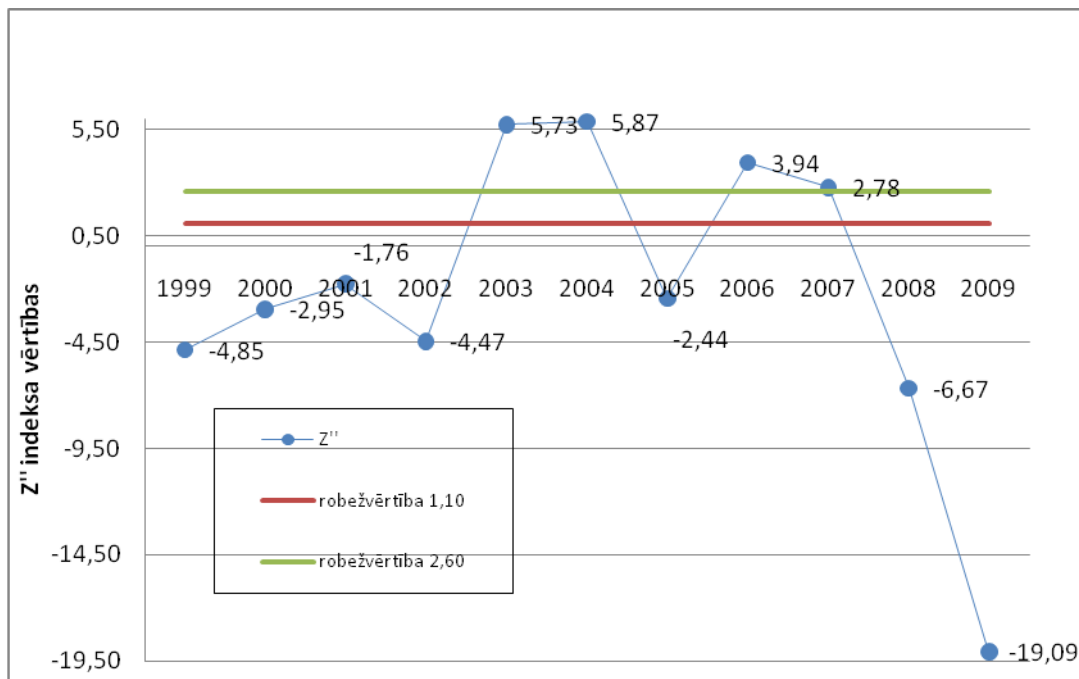


2.22.att. Autoskolas kapitāla struktūras rādītāju dinamika 1999.-2009.g. (34)

Pēc finanšu datiem var secināt, ka finanšu situācija autoskolā no 1999. - 2009.gadam ir bijusi mainīga. Kā pirmais, ko var ievērot, ka koeficientu vērtībām normālos apstākļos vajadzētu būt amplitūdā no 0 līdz 1, un jau šajā skalā attiecīgi koeficientu lielumi norāda uz problēmām uzņēmējdarbībā. Autoskolas finanšu rādītāju koeficientu vērtības ir amplitūdā no -5,19 līdz 9,32. Finanšu riska koeficients raksturo uzņēmuma atkarību no ārējiem aizņēmumiem. Šī rādītāja pieļaujamais lielums ir robežās no 0,5 līdz 1. Par kritisko robežu uzskata 1, jo ja tas ir augstāks par 1, tad uzņēmuma finansiālā stabilitāte ir apšaubāma. Autoskolai šis rādītājs pieļaujamās robežās ir 2004., 2006. un 2007. gadā. Pārējos gados tas nav bijis normas robežās, tas izskaidrojams ar lielu saistību pieaugumu, kas izveidojusies, lai iegādātos pamatlīdzekļus. Šādu atkarību no ārējiem līdzekļiem autoskolai veicinājusi gan īstermiņa, gan ilgtermiņa saistību pieaugums un nespēja laikā par tā norēķināties, kā arī gaidāmās peļņas līmeņa neīstenošanās.

Zinātniskajā literatūrā tiek ieteikts uzņēmuma maksātspējas prognozēšanai papildus finanšu koeficientiem, izmantot arī bankrota prognozēšanas modeļus.

Darba autore maksātspējas novērtējumu ir veikusi izmantojot divus modeļus – E.Altmana Z'' modeli un Šorina/Voronovas Z_{2L} bankrota prognozēšanas modeli. Fulmera H modelis nav izmantots autoskolas maksātspējas novērtēšanai, jo autoskolas gada finanšu pārskatos nav uzrādīti procentu maksājumi un bez šī rādītāja modeļa aprēķini ir nepilnīgi. Autoskolas maksātspējas prognoze 1999.-2009.gadam izmantojot E.Altmana Z'' modeli parādīta attēlā 2.23.

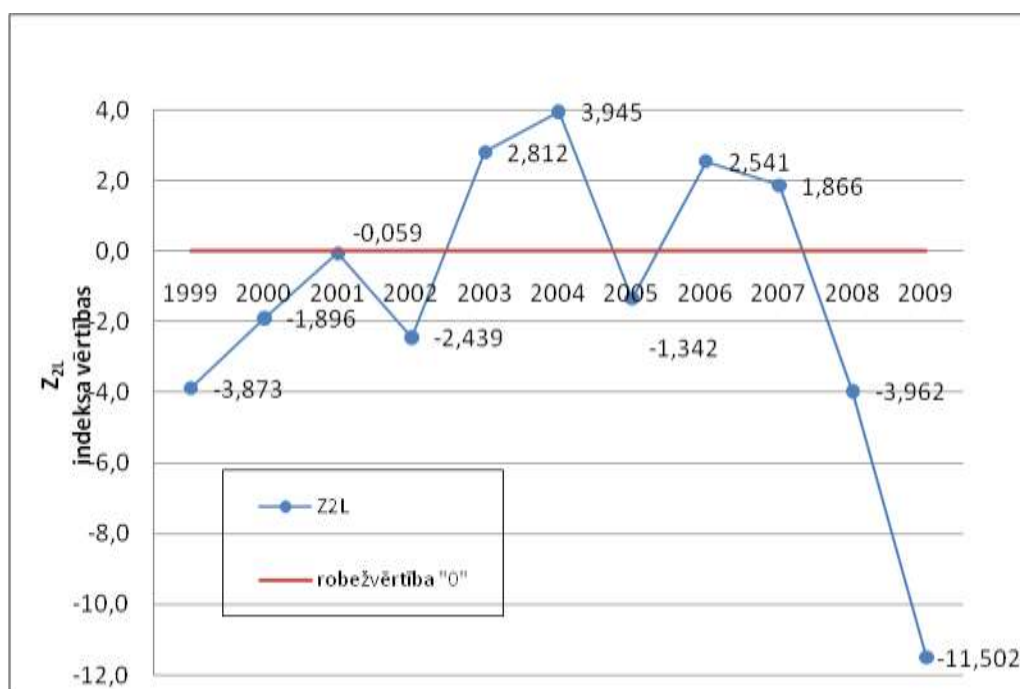


2.23.att. Autoskolas maksātspējas prognoze pēc Altmana Z'' modeļa 1999.-2009.g. (34)

Šim modelim robežvērtības ir 1,10 un 2,60. Tātad, ja Z'' kritērijs ir mazāks par 1,10, tad uzņēmumam draud maksātspēja. Šāda situācija autoskolai ir bijusi no 1999.-2002.gadam un 2005.gadā, kā arī 2008. un 2009.gadā. Viszemākais šis rādītājs ir 2009.gadā, kas ir -19,09. Pelēkajā zonā jeb starp 1,10 un 2,60 Z'' kritērijs šajā laika posmā no 1999.-2009.nav bijis. Ja Z'' kritērijs ir lielāks par 2,60, tas liecina par to, ka uzņēmumam maksātspēja nedraud. Autoskolai šāds Z'' kritērijs ir bijis 2003., 2004. gadā un 2006.un 2007.gadā. Tas liecina, ka šajos gados autoskolas finanšu stāvoklis ir bijis stabils, un visaugstākais Z'' kritērijs ir bijis 2004.gadā. 1999.gadā ,2000., 2001.un 2002.gadā rādītāji ir zem pieļaujamā un liecina par autoskolas finansiālām problēmām, kas var novest līdz maksātspējai. Aplūkojot aprēķinu rezultātā iegūtos finanšu koeficientus, visos šajos gados rādītāji ir vairākumā negatīvi. Šādu situāciju veido bilances posteņu ne sabalansētība. Kā jau šajā nodaļā apskatītie finanšu koeficienti atspoguļoja saistību pārsvaru pār to segšanas avotiem, kā arī autoskolas nesadalītās peļņas attiecības pret aktīviem nepietiekamību, kas rada pasliktinātus finansu apstākļus. Pirmajos aplūkotajos gados īstermiņa saistības krietni pārsniedza apgrozāmos līdzekļus, kas nozīmē, ka autoskola nav pietiekami likvīda un nav spējīga uzreiz segt savas parādsaistības. Kā arī cerētā, bet nenopelnītā peļņa šajos gados deva negatīvu tendenci maksātspējas novērtēšanā. Peļņa pirms nodokļiem un procentiem šajos gados bija ar negatīvu zīmi, kas liecina, ka autoskola nav spējīga nomaksāt nodokļus un procentus. Šo apstākļu kopums radīja situāciju, ka autoskola nebija spējīga iztikt bez aizņemtiem līdzekļiem, un palielināja savas kredītsaistības. 2003.un 2004.gads bija veiksmīgs. To veicināja finanšu situācijas uzlabošanās 2003.gadā, kas nesa peļņu, kā arī debitoru samazinājums, naudas līdzekļu pieaugums, kā arī

tika atrasta iespēja norēķināties un samazināt ilgtermiņa kreditoru parādus. 2004.gadā arī bija peļņa, kā arī apgrozījums bija gandrīz divas reizes lielāks nekā 2003.gadā. Arī vērojams saistību samazinājums ilgtermiņa kreditoriem. Kā arī samazinājušās īstermiņa saistības, kas veicināja autoskolas finansiālo stabilitāti. 2005.gada sliktie rādītāji saistīti ar īstermiņa saistību pieaugumu par trīs reizēm salīdzinot ar 2004.gadu, kā arī apgrozāmo līdzekļu samazinājumu, kas noticis naudas līdzekļu samazināšanās dēļ. Neskatoties uz apgrozījuma pieaugumu 2005.gadā, peļņa samazinājās pieaugošo administrācijas un citu izmaksu dēļ. 2006.un 2007.gadā situācija uzlabojas. Cēlonis tam ir milzīgs apgrozījuma pieaugums šajos gados, kā arī peļņas peļņas pieaugums 2006.gadā. Šos rādītājus nav ietekmējis 2006.un 2007.gadā pieaugušās īstermiņa saistības, kā arī 2007.gadā autoskola radusi iespēju pilnībā norēķināties ar ilgtermiņa kreditoriem. Finansiālā stāvokļa uzlabošanās arī saistīta ar vispārējo ekonomisko attīstību valstī, kas labākos rādītājus sasniedza tieši 2007.gadā. Tālākie gadi uzrāda finansiālā stāvokļa pasliktināšanos. 2008.un 2009.gadā rādītāji ir zem kritiskās robežas. To veicināja pieprasījuma samazināšanās, kā rezultātā samazinājās arī apgrozījums un peļņa abos gados. Neskatoties uz to, tika palielinātas īstermiņa saistības un pieauga debitoru parādi, kā arī samazinājās naudas līdzekļi.

Aprēķinot otru maksātspējas modeli, var secināt, ka arī ar dažādiem kritērijiem, tie uzrāda vienādas tendences. Autoskolas maksātspējas novērtējums 1999.-2009.gadam izmantojot Šorina/Voronovas Z_{2L} modeli parādīts attēlā 2.24.



2.24.att. Autoskolas maksātspējas prognoze pēc Šorina/Voronovas modeļa 1999.-2009.g. (34)

Šim modelim robežvērtība ir „0”. Tas nozīmē, ka Z_{2L} kritērijs, kas ir zemāks par 0 vērtību, liecina par uzņēmuma maksātspējas problēmām. Aprēķinot pēc šī modeļa, darba autore ir secinājusi, ka starp E.Altmana Z'' modeļa aprēķina rezultātiem un Šorina/Voronovas Z_{2L} modeļa aprēķina rezultātiem maksātspējas prognozes tendences sakrīt. Kā pirmā sakritība ir maksātspējas draudi no 1999.-2002.gadam, kas ir vienādi abos modeļos. Otra sakritība, maksātspēja nedraud autoskolai laikā no 2003.-2004.gadam, ko uzrāda abi modeļi. Tad arī Z_{2L} kritērijs 2005.gadā uzrāda maksātspējas draudus, tieši tāpat kā Z'' kritērijs E.Altmana modelī. 2006. un 2007. gadā autoskolai maksātspēja nedraud, to uzrāda arī Z_{2L} kritērijs. Un gan E.Altmana Z'' modelis, gan Šorina/Voronovas Z_{2L} modelis autoskolai 2008.un 2009.gadā uzrāda maksātspējas draudus. Kā vienīgo atšķirību varētu vērtēt 2001.gada rādītāju -0,059, kas gandrīz sasniedz kritisko robežu 0. To varētu izskaidrot ar to, ka šis modelis ir koriģētais Latvijas modelis un ir pielāgots Latvijas finanšu pārskatiem un tautsaimniecībai. Kā arī modelī ir piektais koeficients – neto apgrozījuma attiecība pret aktīvu kopsummu, kā dēļ arī varētu būt šī atšķirība.

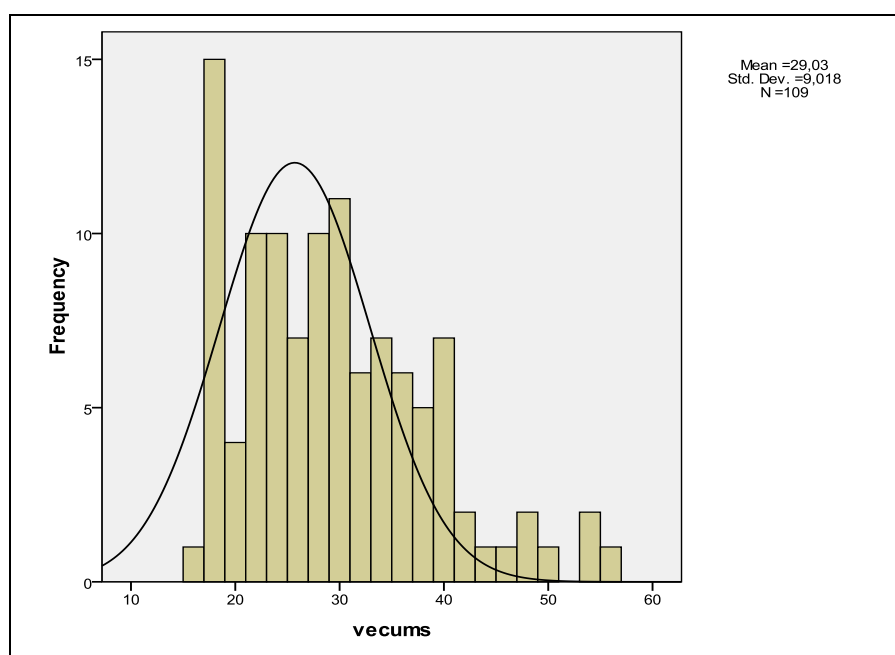
3. AUTOSKOLAS DARBĪBAS ANALĪZE

3.1. Klientu aptaujas rezultāti

Lai noskaidrotu autoskolas esošo klientu domas par autoskolas pakalpojumiem, to cenu, atrašanās vietu, pakalpojuma kvalitāti, pieejamiem laikiem, kā arī par teorētisko un praktisko nodarbību kvalitāti, tika izveidota aptaujas anketa, kas noskaidro šos jautājumus. Aptauja tika veikta laika posmā no 2010.gada septembra līdz 2011.gada aprīlim, aptaujājot visus grupu dalībniekus, kas aptaujas laikā bija ieradušies nodarbībās. Aptaujas izlases metode – īsti nejaušā izlase. Tas nodrošina, ka izlasē tiek ietverti respondenti, kas mācās gan latviešu, gan krievu grupās, kā arī respondenti, kas mācās dažādās kategoriju grupās, gan pirmo reizi autoskolā, gan arī atkārtoti. Izlases lielums 109 respondenti. Anketā ietveri 11 interesējošie jautājumi par autoskolas piedāvāto servisu un tā kvalitāti. (skat.2.pielikumu)

Pēc aptaujas datiem var secināt, ka lielākā daļa autoskolas klientu ir vīrieši - 78 % jeb 85 un 22 % jeb 24 ir sievietes. Sievietes pārsvarā mācās uz B kategorijas autovadītāja kvalifikācijas iegūšanu, bet vīrieši gan uz B kategoriju, gan profesionālo vadītāja kvalifikāciju.

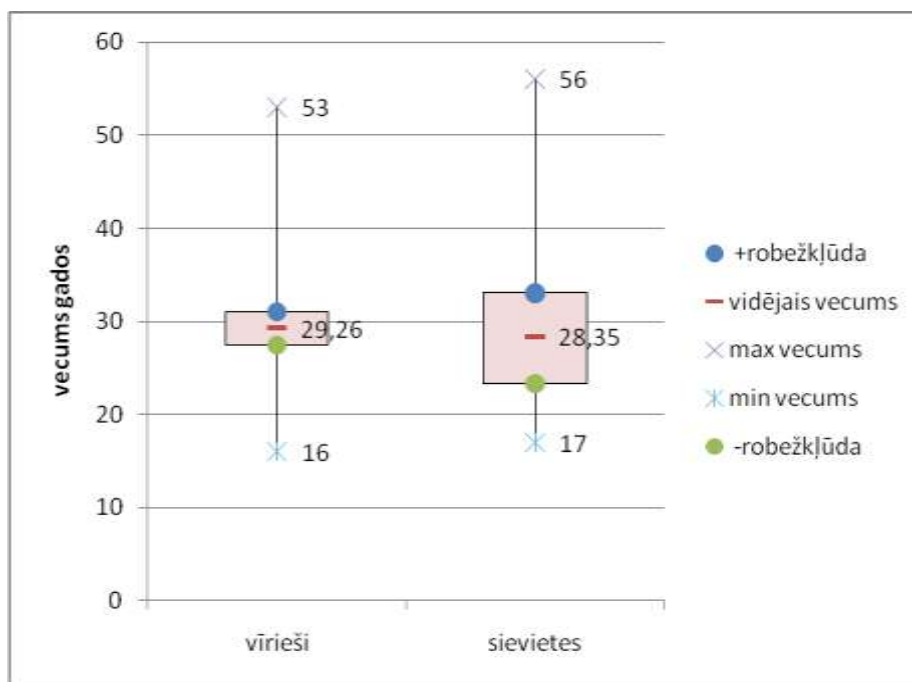
Nākamais, kas ir svarīgi uzņēmumam, noskaidrot vidējo klientu vecumu. Tas palīdz saprast kāda tieši ir autoskolas mērķauditorija un ļauj plānot kādi mārketinga pasākumi būtu visefektīvākie. Klientu vidējais vecums un sadalījums pa gadiem parādīts attēlā 3.1.



3.1.att. Klientu vecuma sadalījums pa gadiem
Avots: Autores aprēķini

Pēc klientu aptaujas var secināt, ka vidējais klientu vecums ir 29,03 gadi ar standartnovirzi 9,018 gadi. Mediāna ir 28 gadi, bet visbiežāk sastopamais klientu vecums ir 18.gadi. Minimālais klientu vecums ir 16, bet maksimālais 56 gadi. Tātad autoskolas klienta vidējais vecums ir 29 gadi, kas liecina par to, ka šis vecums ir pietiekams, lai varētu mācīties uz visām piedāvātajām kategorijām, atbilstoši Latvijas likumdošanai.

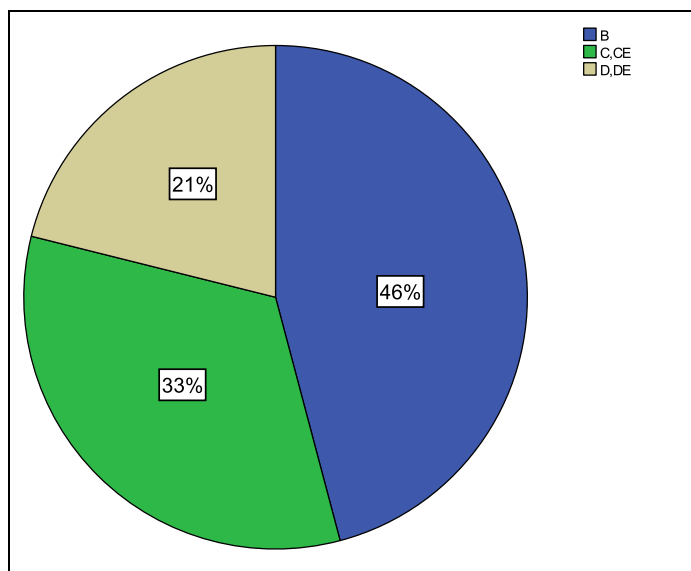
Klientu sadalījums pēc dzimumiem un to vidējais vecums parādīts attēlā 3.2.



3.2.att. Klientu sadalījums pēc dzimumiem, to vecuma un robežklūda,gados
Avots: Autores aprēķini

Pēc rezultātiem var secināt, ka vīriešu vidējais vecums ir lielāks nekā sievietēm tikai par nepilnu gadu, attiecīgi 29,26 gadi vīriešiem un 28,35 gadi sievietēm. Visjaunākais vīrietis, kurš ir autoskolas klients ir 16 gadus vecs, bet visvecākais 53 gadus. Visjaunākā sieviete ir 17 gadus veca, bet visvecākā 56 gadus. Kā paredz Latvijas likumdošana, tad valsts eksāmenus uz autovadītāja kvalifikācijas iegūšanu drīkst kārtot tikai sasniedzot 18 gadu vecumu, bet autoskolā drīkst mācīties no 16 gadu vecuma. Nekāda cita vecuma ierobežojuma nav. Kā var redzēt attēlā 3.2. robežklūda no vidējā vecuma vīriešiem ir mazāka nekā sievietēm, attiecīgi 1,78 gadi un 4,86 gadi sievietēm, tas liecina par to, ka vīrieši ir vairāk viena vecuma nekā sievietes. (skat.3.pielikumu)

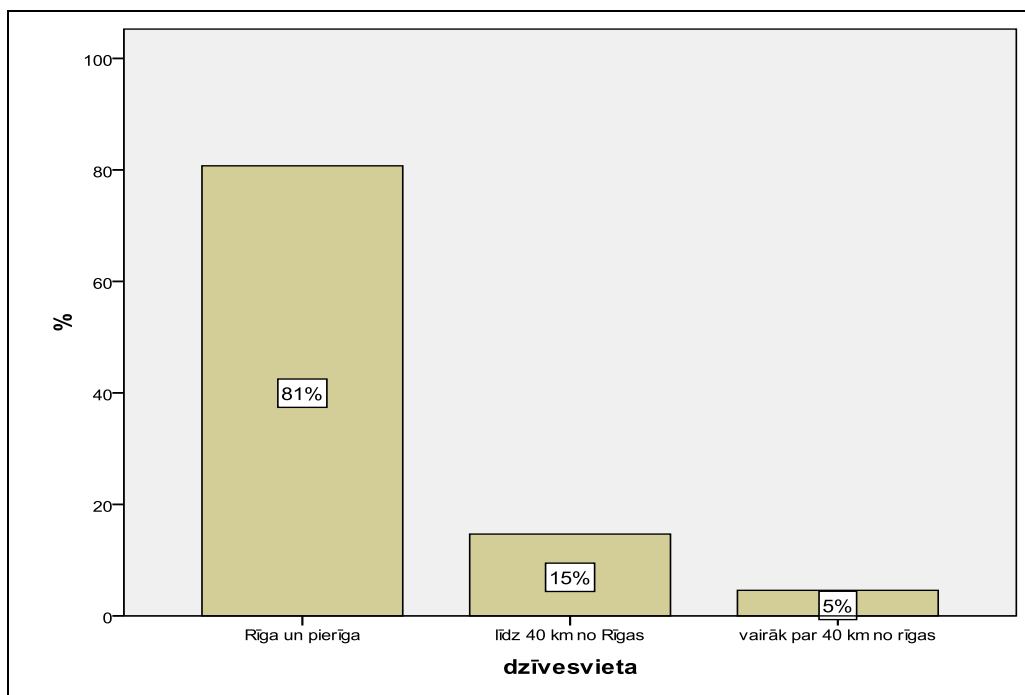
No aptaujas datiem var iegūt informāciju par klientu skaitu sadalījumu pēc iegūstamās kategorijas, ko autore parādījusi attēlā 3.3.



3.3.att. Klientu sadalījums pa kategorijām procentos
Avots: Autores aprēķini

Pēc attēla 3.3. var redzēt, ka B kategorijas autovadītāju apmācībai mācās gandrīz puse no klientiem 46%, otra puse mācās, lai iegūtu profesionālo vadītāja kvalifikāciju. No aptaujātajiem respondentiem 50 mācās uz B kategoriju, 36 jeb 33% uz C un CE kategoriju, bet 23 jeb 21% uz D un DE kategoriju. Izvērtējot kopumā, lielāks īpatsvars ir profesionālo vadītāju kvalifikācijas iegūšanas kursiem, t.i. C, CE un D, DE kategorijai. Šādu tendenci arī var novērot izpētot autoskolas grupu sarakstus, kur salīdzinot cilvēku skaitu grupā, lielāks apmācāmo īpatsvars ir tieši profesionālo kategoriju apmācībai.

Lai spētu novērtēt kādi klienti tieši apmeklē autoskolas kursus, svarīgi apzināt, kur klienti dzīvo, un pēc tā arī novērtēt, vai vairāk klienti ir tieši no Rīgas, kur autoskolai atrodas mācību klases, vai arī klienti brauc no citām pilsētām mācīties autoskolā. Šos rādītājus autore attēlojusi attēlā 3.4.

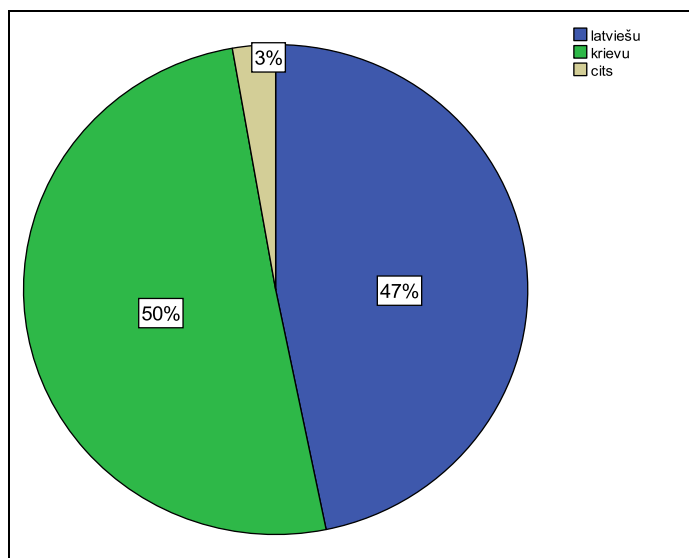


3.4.att. Klientu sadalījums pēc dzīvesvietas procentos

Avots: Autores aprēķini

Kā attēlots 3.4. attēlā, lielākā daļa klientu ir no Rīgas – 81 % no visiem respondentiem jeb 88 klienti, 15 % dzīvo līdz 40 km no Rīgas kopumā 16 respondenti, bet tikai 5 % dzīvo tālāk kā 40 km no Rīgas – 5 respondenti. Tas nozīmē, ka tieši tie, kas dzīvo Rīgā izvēlas autoskolas pakalpojumus.

Ņemot vērā to, ka autoskolā apmācības notiek divās valodās – latviešu un krievu, tad arī klientu skaita sadalījums pēc tautības atspoguļo, cik daudz klientu mācās krievu valodā un cik daudz latviešu valodā un apkopots attēlā 3.5.



3.5.att. Klientu sadalījums pēc tautības procentos

Avots: Autores aprēķini

Pēc iegūtajiem rezultātiem var secināt, ka puse klientu ir krievu tautības pavisam 55 respondenti, 47% ir latviešu klienti kopā 51 respondents un 3% ir cittautieši, pārsvarā ukraiņu tautības, pavisam trīs respondenti. Tas liecina par to, ka personālam ir ļoti labi jāpārzina gan latviešu, gan krievu valodas, kā arī pasniedzējiem un instruktoriem Ceļu satiksmes noteikumu likums jāpārzina abās valodās, kas liecinātu par labi kvalificētu autoskolas personālu.

Aptaujas anketas pirmais jautājums, tikai veidots tā, lai noskaidrotu, kādi ir faktori klientiem ir vissvarīgākie autoskolas izvēlē. Pēc šādu datu iegūšanas autoskolai rodas iespēja pilnveidot savus pakalpojumus vai pārskatīt cenu politiku, lai piesaistītu pēc iespējas vairāk klientus. Pirmā jautājuma klientu novērtējumi attēloti tabulā 3.1., jautājums tikai veidots tā, lai noteiktu faktoru svarīgumu tos aranžējot no vissvarīgākā līdz visnenožīmīgākajam.

3.1.tabula

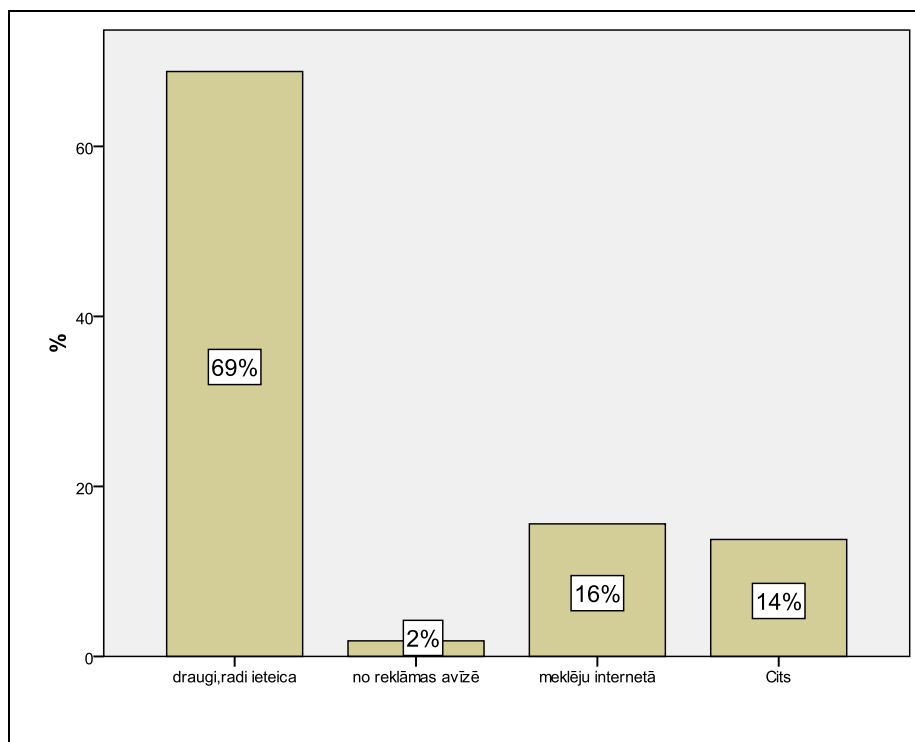
Autoskolas izvēlē svarīgāko faktoru novērtējums (Avots: Autores aprēķini)

Faktori	novērtējumu sk.	labākais novērtējums	sliktākais novērtējums	ranga summa
teorijas cena	109	1	8	442
braukšanas cena	109	1	8	442
atrašanās vieta	109	1	8	454
atsauksmes	109	1	8	363
informācijas pieejamība	109	1	8	516
nodarbību laiki	109	1	8	474
atpazīstamība	109	1	8	560
stāvlaukums	109	1	8	673

Pēc tabulas 3.1. datiem var redzēt, kā klienti ir novērtējuši faktoru svarīgumu autoskolas izvēlē. Aptaujā klienti ranžēja faktoros pēc to svarīguma, ar 1 novērtējot vissvarīgāko faktoru, bet ar 8 – visnenožīmīgāko faktoru. Rangu summas lielums parāda faktoru nožīmīgumu pēc aptaujas rezultātiem, faktors ar vismazāko rangu summu ir vissvarīgākais, bet faktors ar vislielāko rangu summu visnenožīmīgākais klientiem autoskolas izvēlē. Pēc autores aprēķiniem tabulā 2.1. vismazākā rangu summa 363 ir faktoram „atsauksmes”, kas liecina par to, ka šis faktors klientiem ir vissvarīgākais autoskolas izvēlē. Kā nākamais svarīgākais faktors tiek atzīta braukšanas un teorijas nodarbību cena, abiem šiem faktoriem ir vienāda rangu summa 442. Pēc tam kā svarīgu klienti atzīst arī autoskolas atrašanās vietu un nodarbību laikus. Attiecīgi rangu summas 454 un 474. Jau mazāk svarīga ir nepieciešamās informācijas pieejamība autoskolā un autoskolas atpazīstamība jeb popularitāte. Kā

visnenozīmīgākais faktors autoskolas izvēlē ir stāvlaukuma pieejamība nodarbību laikā. Kā redzams tabulā 3.1. katrs faktors ir guvis gan novērtējumu kā vissvarīgākais, gan kā visnenozīmīgākais. Tas liecina par viedokļu dažādību, to varētu skaidrot ar to, ka tiem klientiem, kas mācās uz B kategoriju, stāvlaukums vispār nav nepieciešams, jo tiem vēl vispār nav vadītāja kvalifikācijas, bet tie klienti, kas mācās uz profesionālajām kategorijām, bieži izmanto stāvlaukumu nodarbību laikā. Sīkākai analīzei, būtu nepieciešams šo jautājumu izveidot katrai kategoriju grupai atšķirīgu.

Nākošais jautājums aptaujā noskaidro, kā klienti uzzināja par autoskolu. Pēc šī jautājuma ir iespējams noskaidrot, cik efektīga ir izvietotā reklāma un autoskolas mājas lapas vietne sociālajā tīmeklī. Rezultāti apkopoti attēlā 3.6.

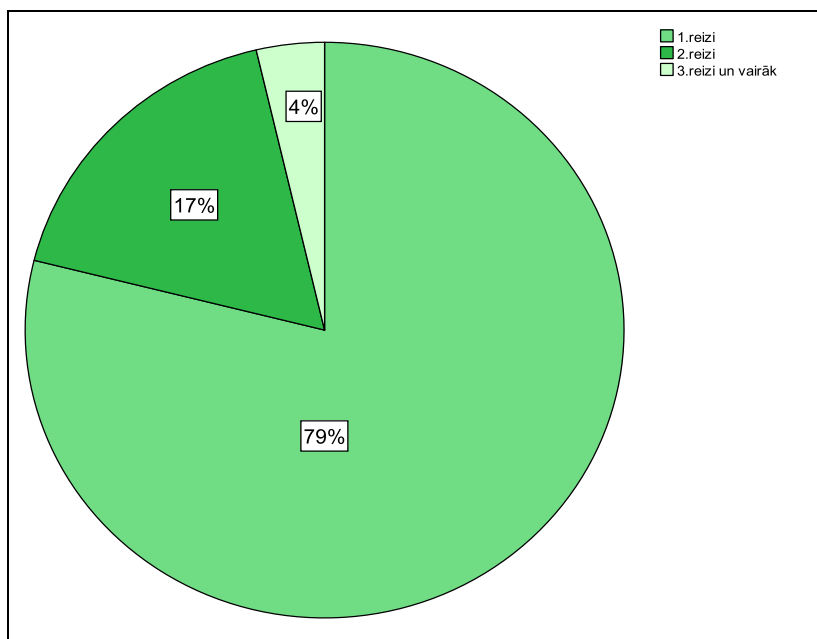


3.6.att. Klientu skaita sadalījums pēc informācijas iegūšanas veida par autoskolu procentos
Avots: Autores aprēķini

Attēls 3.6. atspoguļo kā klienti ieguva informāciju par autoskolu. Lielākā daļa informāciju par autoskolu ieguva no draugiem vai radiem kopumā 69% jeb 75 respondenti, 16% jeb 17 meklēja informāciju internetā, 14% jeb 15 respondenti informāciju ieguva no citiem avotiem, pārsvarā no reklāmas uz autoskolas trafaretajām automašīnām, bet tikai 2% jeb 2 respondenti no 109 uzzināja par autoskolu no reklāmas avīzē. Kopumā var secināt, ka autoskolas izmaksas reklāmas izdevumiem presē „TV programma”, avīze „Čas” , „Subbota” un „Rīgas santīms” pilnīgi neatmaksājas un nav vērts šādiem ikmēneša izdevumiem. Lielākā daļa respondentu vadās pēc ieteikumiem no draugiem un paziņām, kas liecina par lielisku veidu kā sevi reklamēt, ja klients sadarbību ar autoskolu uzskata par veiksmīgu, uz ko autoskolai vajadzētu

arī operatīvi reaģēt. Kā vēl viens veids, kā piesaistīt klientu ir atbilstošas un veiksmīgas mājas lapas izveide un veiksmīga uzņēmuma ievietošana sociālo tīmekļu meklētājprogrammas, lai potenciālais klients varētu atrast informāciju par autoskolu uzreiz. Kā arī pirms aptaujas veikšanas nebija zināms, ka trafaretie autoskolas automobiļi dod tādu ieguldījumu autoskolas popularizēšanā.

Aptaujas trešais jautājums ļauj noskaidrot, vai klients autoskolā mācās pirmo reizi, vai jau atkārtoti. Atkārtoti var mācīties, ja vēlas celt savu kvalifikāciju un ja autoskolas piedāvātie pakalpojumu klientu apmierināja. Šos datus autore apkopojusi apļa diagrammā attēlā 3.7.



3.7.att. Klientu sadalījums pēc autoskolas pakalpojumu izmantošanas procentos
Avots: Autores aprēķini

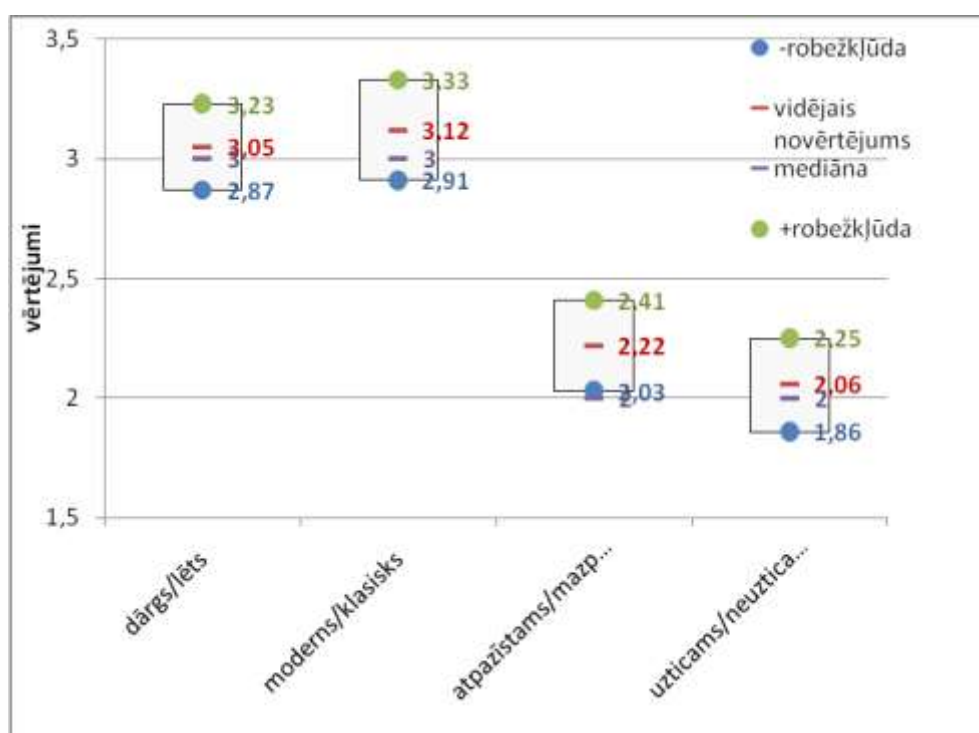
Kā redzams attēlā 3.7. 79% klientu jeb 86 autoskolas pakalpojumus izmanto pirmo reizi, 17% jeb 19 klientu autoskolā mācās jau otro reizi, bet 4 % no visiem respondentiem jeb 4 klienti mācās autoskolā jau trešo reizi un vairāk. Tas liecina par to, ka autoskolu izvēlas arī klienti, kas jau ir izmantojuši autoskolas pakalpojumus, bet lielākā daļa izmanto pirmo reizi. Autoskolai nepieciešams šos klientus, kas izvēlas autoskolas pakalpojumus pirmo reizi, piesaistīt arī otro reizi, ja tie nolēmuši apgūt vēl kādu vadītāja kvalifikāciju. Šādu piesaisti var nodrošināt ar labu apmācību kvalitāti, profesionālu attieksmi un izdevīgiem piedāvājumiem jau esošajiem klientiem nākamo kategoriju iegūšanai.

Nākošais svarīgais aspekts klientu piesaistē ir zīmols. Autoskola savu zīmolu nav mainījusi vai uzlabojusi kopš dibināšanas, tādēļ viens jau jautājumiem aptaujā tika veidots ar mērķi noskaidrot kā klienti vērtē autoskolas zīmolu. Atbilžu varianti tika veidoti izmantojot semantiskās diferenciālās skalas atbilžu formu un novērtēti skalā no 1 līdz 5, kā parādīts tabulā 3.2.

Autoskolas zīmola īpašību novērtējums izmantojot semantisko diferenciālo skalu (21, 15.-20.lpp)

Dārgs	1	2	3	4	5	Lēts
Moderns	1	2	3	4	5	Klasisks
Atpazīstams	1	2	3	4	5	Mazpazīstams
Uzticams	1	2	3	4	5	Neuzticams

Vadoties pēc tabulas 3.2. var novērtēt attēlā 3.8. parādītos zīmola īpašību vērtējumus. Ja klients atzīmēja kādu īpašību skalai pa vidu, tas nozīmē, ka zīmols atbilst abām īpašībām un viņš nevar izvēlēties par labu vienai vai otrai. Attiecīgi vērtējumi 1,2 vai 4,5 konkrēti norāda uz noteiktu zīmola īpašību.



3.8.att. Autoskolas zīmola novērtējums pēc semantiskās diferenciālās skalas
Avots: Autores aprēķini

Kā redzams pēc attēla 3.8. tad vērtējums par to vai autoskolas zīmols ir dārgs vai lēts ir aptuveni 3, kas liecina, ka klienti zīmolu novērtē gan kā lētu, gan kā dārgu. Ņemot vērā, ka mediānas vērtība un vidējais vērtējums praktiski ir vienādi, tad var secināt, ka autoskolas zīmols tiek uztverts pa vidu starp lētu un dārgu. Nākamajam novērtējumam - moderns vai klasisks zīmols, arī tendence ir līdzīga kā pirmajām īpašībām. Tā vidējais novērtējums ir 3,12 ar pieļaujamo robežkļūdu no 2,91 līdz 3,33. Klienti autoskolas zīmolu uztver pa vidu starp modernu un klasisku. Nākamā zīmola īpašība – atpazīstams vai mazpazīstams tiek vērtēta vidēji ar 2,2 un mediāna ir 2. Tas liecina, ka klienti autoskolas zīmolu uztver vairāk kā atpazīstamu nekā mazpazīstamu. Pēdējais zīmola īpašību pāris uzticams vai neuzticams arī

sliecas uz izteikti vienu pusi. Kā redzams vidējais vērtējums ir 2,06 un mediāna 2, kas liecina par viedokļu saskaņotību un to, ka zīmols tiek uztverts kā uzticams. No tā var secināt, ka autoskolai jāpiedomā pie zīmola, vai tas būs vairāk klasisks vai moderns un vai dārgs vai lēts, bet pārējais liecina par to, ka klienti atpazīst zīmolu starp pārējiem un tas liekas uzticams, kas ir ļoti pozitīvs novērtējums.

Nākošais anketā ietvertais jautājums noskaidro klientu vērtējumu par faktoriem, kādēļ tie izvēlējas tieši autoskolu. Šī jautājuma atbilžu formas veidotas Laikerta skalā ar novērtējumiem no 1 līdz 5, kur novērtējums 1 un 2 ir negatīvs vērtējums, 3 ir neitrāls, bet 4 un 5 ir pozitīvs vērtējums.

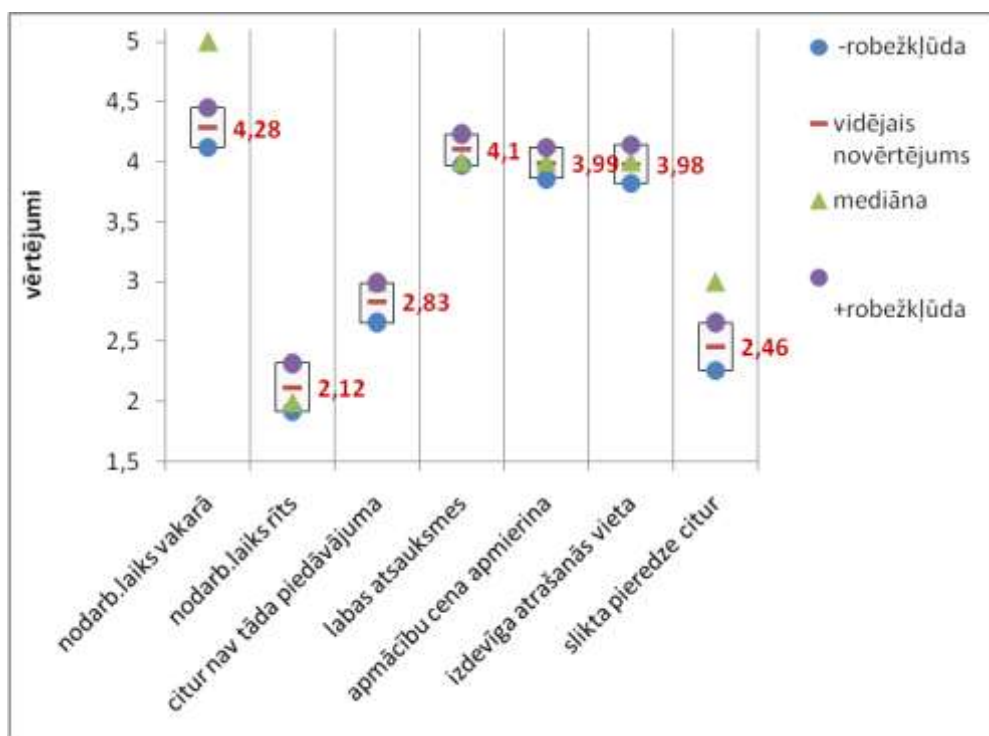
3.3.tabula

Klientu izvēles faktoru novērtējums izmantojot Laikerta skalu (21, 17.-20.lpp)

Laikerta skala
1 = Pilnīgi nepiekrītu
2 = Nepiekrītu
3 = Neitrāli
4 = Piekrītu
5 = Pilnīgi piekrītu

Apkopojot klientu vērtējumus attēlā 3.9. var redzēt, ka visi tie faktori, kas atrodas zem novērtējuma 3 tiek vērtēti negatīvi, bet visi tie, kas ir virs novērtējuma 3, tiek vērtēti pozitīvi. Kā pirmais faktors ir nodarbību laiks vakarā, un tā vidējais vērtējums ir 4,28 un mediāna 5, kas liecina, ka klienti ir apmierināti ar nodarbību laiku vakarā un tas viņiem der. Nākamais faktors vērtēšanai nodarbību laiks no rīta, kā redzams attēlā 3.9. šī faktora vidējais vērtējums ir 2,12, kas liecina par šāda nodarbību laika nepopularitāti un to, ka klientiem šāds laiks neder. Vērtējot vai citās autoskolās nav tāda piedāvājuma kā klientiem nepieciešams, novērtējums ir vairāk negatīvajā pusē un tas nozīmē, ka citās autoskolās ir piedāvājums, kas nepieciešams klientiem, tikai viņš ir izvēlēties šo autoskolu. Šim faktoram vidējais vērtējums 2,83 un mediāna 3, kas liecina par neitrālu atbildi. Par faktoru „labas atsauksmes par autoskolu no cilvēkiem” vidējais vērtējums ir 4,1 un mediāna 4, kas liecina par viedokļu saskaņotību un to, ka šādam apgalvojumam klienti piekrīt. Šeit parādās jau iepriekš darbā aprakstītais novērojums pēc aptaujas rezultātiem par to, ka klienti uzzina par autoskolu no draugiem, paziņām vai radiem, kas viņiem autoskolu ieteica. Kā nākošais ir apmācības cenas novērtējums, vai tā klientam liekas pieņemama. Vidējais vērtējums 3,99 un mediāna 4, kas liecina par viedokļu saskaņotību un to, ka klientus apmierina kopējā apmācību cena. Ļoti līdzīgs vērtējums ir autoskolas izdevīgai atrašanās vietai, kam vidējais vērtējums ir 3,98 un mediāna 4, un var secināt, ka autoskolas atrašanās vieta klientiem ir izdevīga. Kā pēdējais

faktors klientu vērtēšanai ir slikta pieredze citur, ko klienti novērtēja vidēji ar 2,46 un mediāna 3, kas liecina par vairāk negatīvu vērtējumu. Un tas liecina par to, ka autoskolas klienti nav guvuši negatīvu pieredzi ar citām autoskolām. Šos rādītājus var aplūkot attēlā 3.9.



3.9.att. Faktoru vērtējums autoskolas izvēlē
Avots: Autores aprēķini

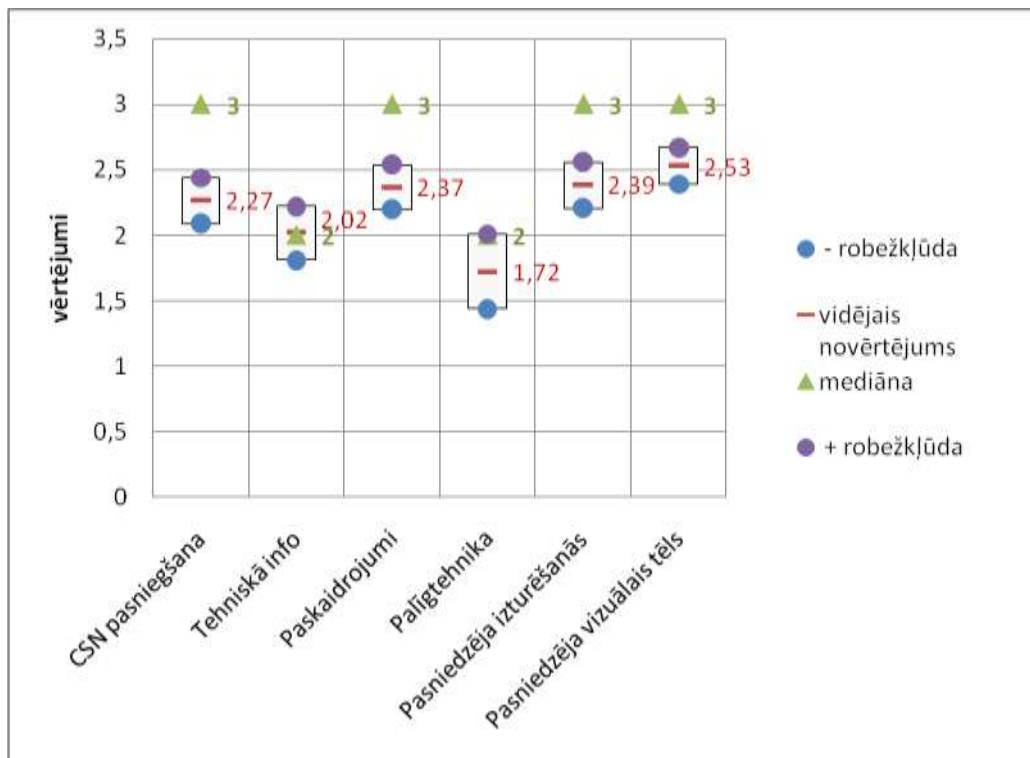
Nākošais aptaujas anketā iekļautais jautājums novērtē autoskolas teorijas pasniedzēju kvalitāti. Šī jautājuma atbilžu forma veidota Steipla skalā ar vērtējumiem no -3 līdz +3 bez 0 punkta.

3.4.tabula

Klientu atbilžu variantu vērtējums izmantojot Steipla skalu (21, 20.-22.lpp)

Atbilžu variants	Steipla skala					
	Ļoti slikti	Slikti	Ciešami	Labi	Ļoti labi	Izcili
Vērtējums	-3	-2	-1	1	2	3

Autoskolas vadībai ir ļoti svarīgi, lai klienti būtu apmierināti ar teorijas pasniedzēju darba kvalitāti, tādēļ 6.anketas jautājums tikai veidots, lai gūtu priekšstatu par to, kā klienti novērtē savu teorijas pasniedzēju darba kvalitāti. Klientu vērtējumi atspoguļoti attēlā 3.10.

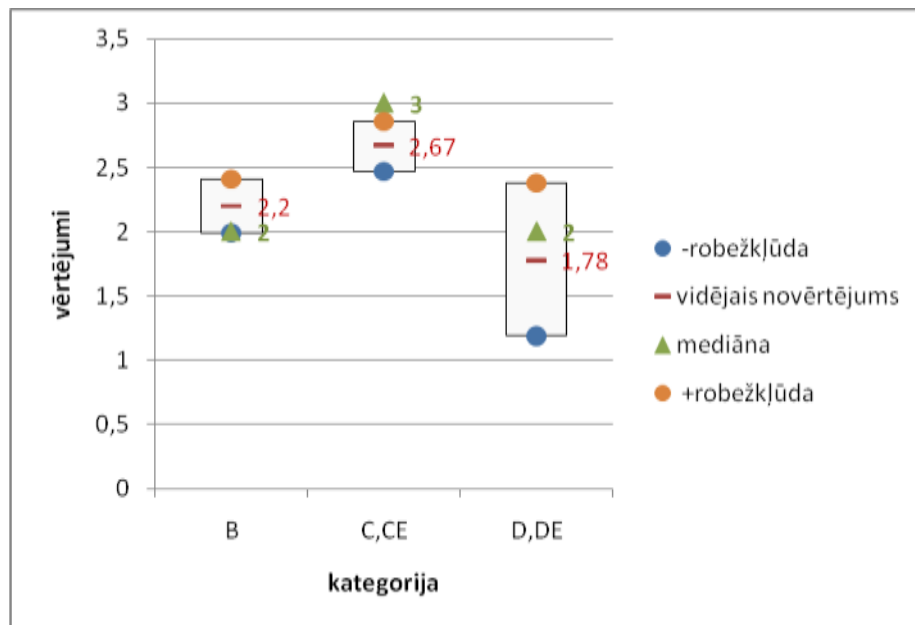


3.10.att. Teorijas pasniedzēja novērtējums

Avots: Autores aprēķini

Šajā attēlā 3.10. apkopoti visu klientu vērtējumi neizdalot atsevišķas kategorijas, lai gūtu kopēju priekšstatu. Kā viens no svarīgākajiem ir CSN teorijas pasniegšana, kas nepieciešama, lai veiksmīgi nokārtotu valsts eksāmenu, kā arī praktiski braucot ar auto. Šajā jomā klientu vidējais vērtējums ir 2,27 un mediāna 3, kas liecina par klientu apmierinātību ar CSN teorijas pasniegšanu un pasniedzēja darba kvalitāti šajā ziņā vērtē kā ļoti labu ar tendenci uz izcili. Nākošais ir pasniedzēja sniegtā tehniskā informācija, kas tiek vērtēta kā ļoti laba, jo vidējais vērtējums ir 2,02 un mediāna 2, un liecina par viedokļa skaritību. Nākošais pasniedzēja sniegtie paskaidrojumi (zīmējumi, piemēri) tiek vērtēti kā ļoti labi un izcili. Vidējais vērtējums ir 2,37 un mediāna 3, kas liecina par pozitīvu vērtējumu. Vissliktāko novērtējumu pasniedzēja darba kvalitātē klienti atzīst par pieejamās palīgtehnikas lietderīgu izmantošanu, vidējais vērtējums 1,72 un mediāna 2. Apkopojot šī jautājuma rezultātus, var manīt viedokli, kas palīgtehnikas izmantošana ir zemā līmenī, uz ko autoskolas vadībai vajadzētu pievērst uzmanību, jo autoskolas teorijas pasniedzēju lekciju stils ir vienkāršs un pārsvarā netiek izmantoti datori, projektori un prezentācijas, ko iespējams mūsdienu piesātinātajā vidē būtu nepieciešams izmantot, lai veiksmīgāk piesaistītu apmācāmo uzmanību un paradītu lekcijas interesantākas. Nākamie svarīgie pasniedzēja novērtējumi ir pasniedzēja izturēšanās un vizuālais tēls, kas abi novērtēti ļoti augstu attiecīgi – 2,39 un 2,53 kā vidējie vērtējumi un mediāna 3. Tas liecina, ka pasniedzēji ir pieklājīgi un sakopti, rūpējas par savu higiēnu, kas ir svarīgi darbā ar cilvēkiem.

Vēl var izdalīt klientu novērtējumus par teorijas pasniedzēju, ņemot vērā iegūstamo kategoriju, lai varētu secināt, kā tiek novērtēti konkrēti pasniedzēji, jo uz B kategoriju krievu valodas grupām ir viens pasniedzējs, latviešu grupām 2, uz C,CE kategoriju divi pasniedzēji un uz D,DE kategoriju divi pasniedzēji. Šāda analīze parāda pasniedzēju novērtējumus sadalījumā pa kategorijām. Šajā jautājumā arī izmantota Steipla skala. (skat.3.4.tabula)

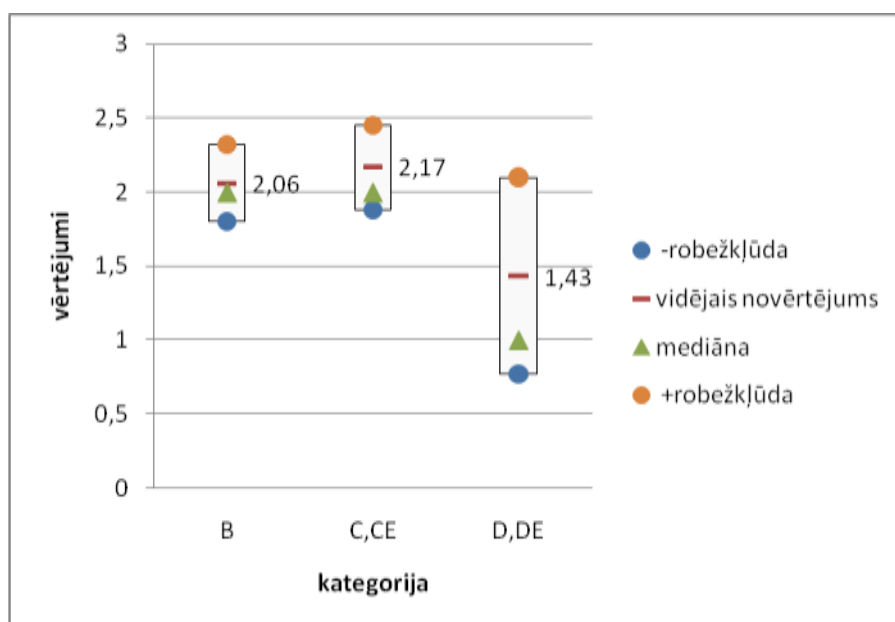


3.11.att. CSN pasniedzēja novērtējums sadalījumā pa kategorijām

Avots: Autores aprēķini

Pēc aprēķiniem pasniedzēju novērtējumiem attēlā 3.11. var redzēt, ka vislabāk tiek novērtēti pasniedzēji C,CE kategorijai, vidējais vērtējums ir 2,67, kas atbilst vērtējumam ļoti labi, mediāna 3, kas atbilst izcili, tas liecina, ka pasniedzēji uz C,CE kategoriju CSN teoriju pasniedz gandrīz visaugstākajā līmenī. Nedaudz zemāk tiek novērtēta pasniedzēju uz B kategoriju CSN teorijas pasniegšana ar vidējo novērtējumu 2,2 un mediānu 2, kas atbilst vērtējumam ļoti labi, robežklūda ir no 2 līdz 2,4, kas atbilst vērtējumam „ļoti labi” pēc Steipla skalas. Viszemāk tiek novērtēti D,DE kategorijas pasniedzēji. Vidējais vērtējums 1,78 un mediāna 2, bet robežklūda ir lielāka nekā B un C,CE kategorijai, kas liecina par lielāku viedokļu nesakritību, bet kopumā pasniedzēji tiek vērtēti robežās starp labi un ļoti labi. Ņemot vērā zemo novērtējumu D kategorijai, autoskolas vadībai būtu derīgi apsekot vairāk apmācāmos uz D,DE kategoriju, lai konkretizētu vai šāda tendence ir nopietna un kādēļ tā radusies.

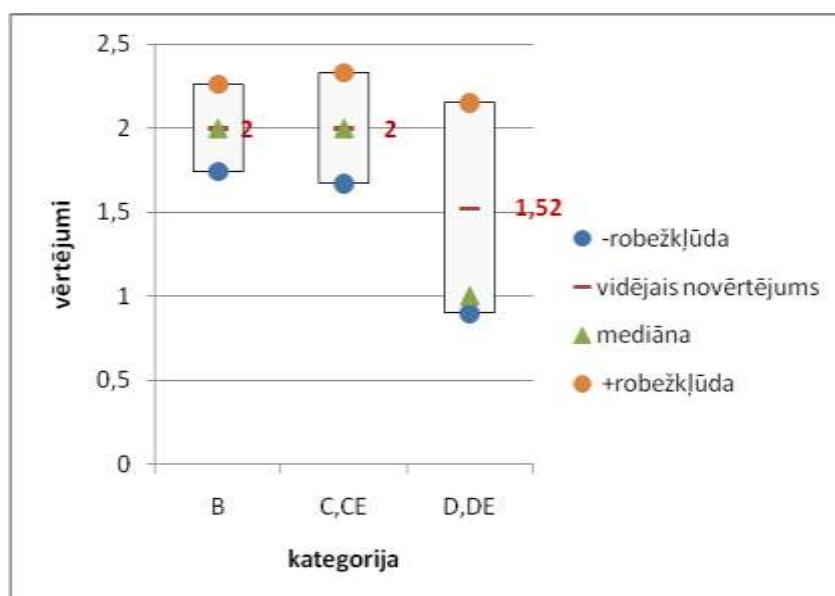
Kā nākamais svarīgais autoskolas klientu apmierinātībā ir braukšanas nodarbību kvalitāte, tieši tādēļ aptaujā tika ietverts braukšanas instruktora novērtējums, kas veidots izmantojot Steipla skalu. Braukšanas instruktoru novērtējumi sadalījumā pa kategorijām parādīti attēlā 3.12.



3.12.att. Braukšanas instruktora novērtējums pēc situācijas izskaidrošanas kvalitātes pa kategorijām (Avots: Autore aprēķini)

Kā redzams attēlā 3.12. braukšanas instruktora novērtējumi pēc tā, cik kvalitatīvi viņš izskaidro situāciju uz ceļa, gandrīz vienādi ir B un C,CE kategorijām. Jāpiemin tas, ka braukšanas instruktori autoskolā uz B kategoriju pavisam ir 10, C,CE kategorijai pavisam 3 instruktori, bet uz D,DE tikai 1 instruktors. Braukšanas instruktora novērtējums pēc situācijas izskaidrošanas kvalitātes C,CE kategorijai vidējais vērtējums ir 2,17 un mediāna 2, kas atbilst „ļoti labi”. Mazliet zemāks vidējais vērtējums ir B kategorijas instruktoriem 2,06 un mediāna 2, arī atbilst „ļoti labi”. Līdzīgi kā D,DE kategorijas teorijas pasniedzēju novērtējums, arī šāds braukšanas instruktora novērtējums pēc situācijas izskaidrošanas kvalitātes ir viszemākais ar vidējo vērtējumu 1,43 un mediānu 1, kas atbilst „labi”. Tas liek secināt, ka šim braukšanas instruktoram ir vissliktākais novērtējums un autoskolas vadībai būtu tam jāpievērš uzmanība. Var secināt, ka situācijas uz ceļa izskaidrošanas kvalitātes ziņā, visaugstāk klienti novērtē instruktorus C,CE kategorijā.

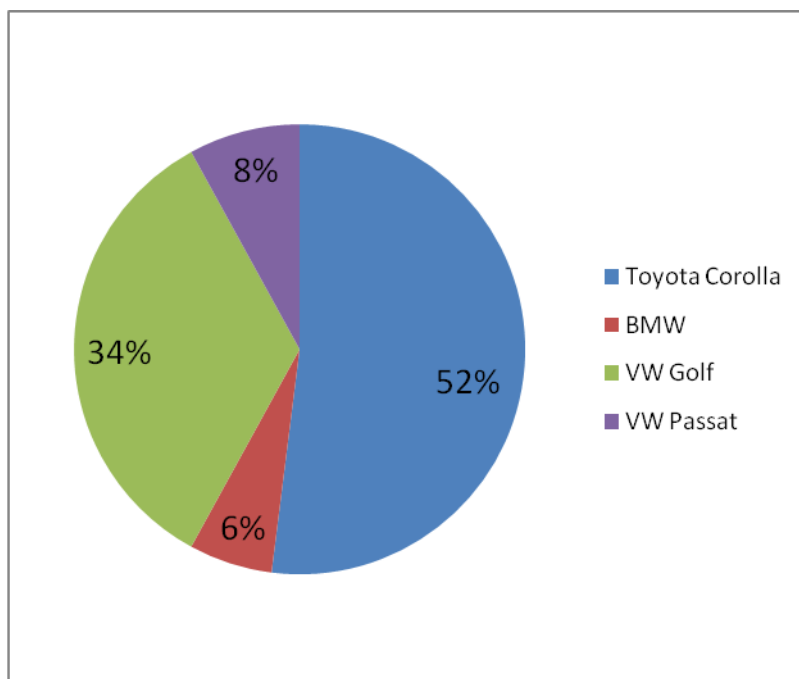
Vēl viens ļoti svarīgs aspekts braukšanas nodarbībā ir braukšanas maršruta izvēle, lai braukšanas nodarbības laikā klientam nevejadzētu bezjēdzīgi tērēt nodarbības laiku ceļu sastiksmes sastrēgumos. Tāpēc anektā tika ietverts klientiem novērtēt instruktora braukšanas maršruta izvēli. Vērtējumi grafiski parādīti attēlā 3.13. un kā iepriekšējā jautājumā, izmantotā skala – Steipla skala.



3.13.att. Braukšanas instruktora novērtējums pēc braukšanas maršruta izvēles pa kategorijām
Avots: Autores aprēķini

Kā redzams attēlā 3.13. novērtējumi braukšanas maršruta izvēlē B un C,CE kategorijai ir vienādi, vidējais vērtējums 2 un mediāna 2, kas liecina par ļoti labu novērtējumu no klientu puses. C,CE kategorijai ir mazliet lielāka robežklūda, kas liecina par lielāku viedokļu dažādību nekā B kategorijas vērtējumiem. D,DE kategorijas instruktora braukšanas maršruta izvēlē vidējais vērtējums 1,52 un mediāna 1, kas liecina par vērtējumu „labi”. Pēc novērtējumiem var secināt, ka instruktoriem vajadzētu pievērst vēl lielāku uzmanību braukšanas maršruta izvēlei, lai klients būtu apmierinātāks.

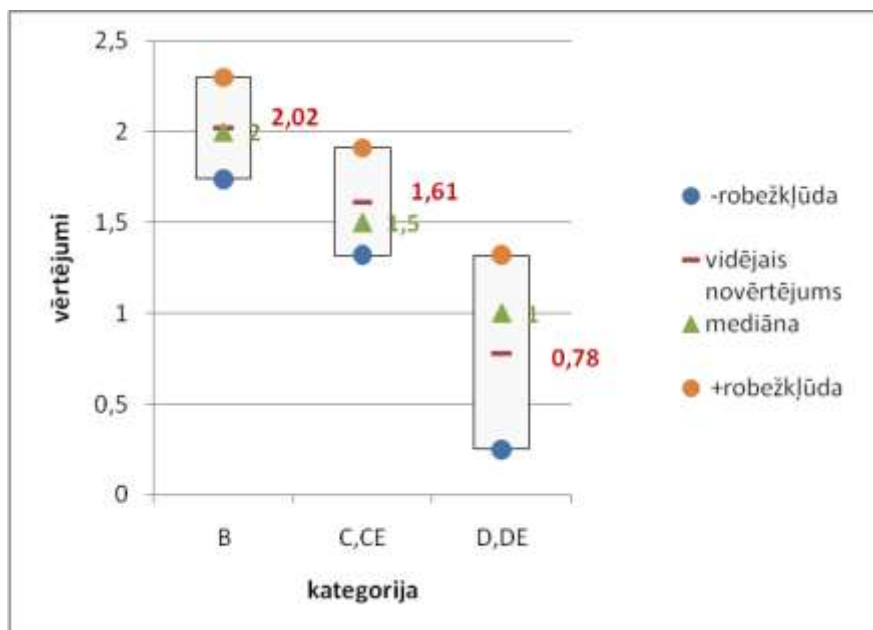
Lai varētu apzināt, kādi instruktori tiek novērtēti, klienti anketā sniedza ziņas par to, kuru mācību mašīnu tie izmanto nodarbībās. C,CE kategorijai ir vienas markas auto MAN, kā arī D,DE kategorijai ir viens autobuss Neoplan. B kategorijai šo auto ir vairāk, viens BMW, viens VW Passat, trīs VW Golf un četras Toyota Corolla, kā arī Peugeot 307. Ņemot vērā klientu atbildes par automašīnu izmantošanu apmācībām, autore izveidoja apļa diagrammu attēlā 3.14., kas atspoguļo automašīnu sadalījumu uz B kategoriju, ko izmanto klienti praktiskās braukšanas nodarbībām.



3.14.att. Automašīnu sadalījums nodarbībām uz B kategoriju
Avots: Autores aprēķini

Visvairāk izmanto Toyota Corolla automašīnas, tad seko VW Golf attiecīgi 52% un 34%. VW Passat kopumā izmanto 8% apmācāmo uz B kategoriju, bet 6% BMW. Pastāv tendence klientiem braukšanas nodarbībām izvēlēties tādas markas automašīnas, ar kurām jākārto valsts eksāmens praktiskajā braukšanā un pēdējos trīs gadus tie ir BMW. Šāds mazs pieprasījums pēc šīs markas automašīnas autoskolā varētu būt skaidrojams ar to, ka braukšanas nodarbības cena BMW automašīnai ir dārgāka nekā pārējiem auto, un BMW parasti klienti izvēlas jau praktisko braukšanu nodarbību cikla beigās, tieši gatavošanās uz valsts eksāmeniem laikā.

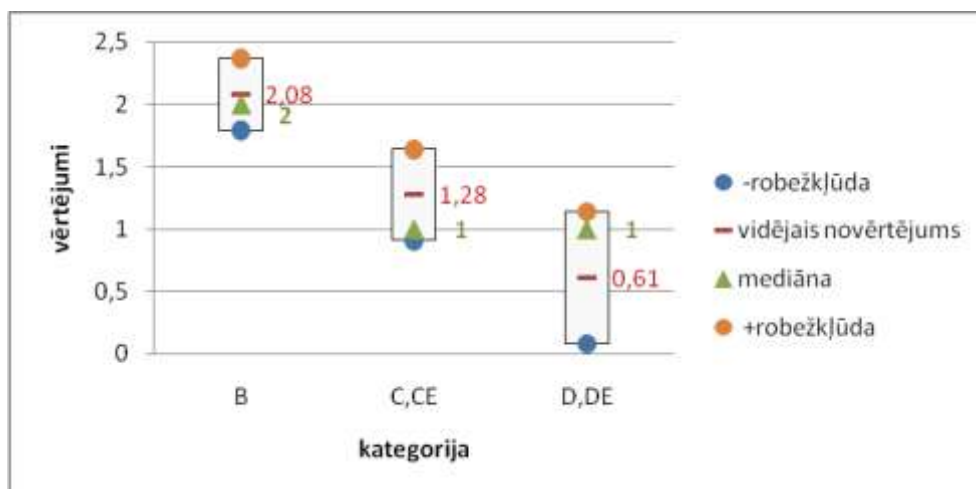
Pēc instruktoru novērtējuma un apmācību automašīnas noteikšanas, klientiem anketā bija jāvērtē automašīnas tehniskais stāvoklis, vizuālais stāvoklis un salona tīrība. Šīs ir tās trīs lietas, kam seko līdzīgi arī autoskolas vadība, jo autoskolas mašīnām jābūt patstāvīgi tīrām gan salonā, gan virsbūvei, kā arī nav pieļaujama nekādu tehnisku un virsbūves defektu laicīga nenovēršana. Kā arī nav pieļaujama instruktoru smēķēšana automašīnā. Tieši šo iemeslu dēļ aptaujas anketā tika ieviests šāds jautājums par automašīnu novērtējumu. Izmantojot Steipla skalu, klientiem vajadzēja novērtēt automašīnu un šie novērtējumi sadalījumā pa kategorijām parādīti attēlos 3.15., 3.16. un 3.17.



3.15.att. Automašīnu tehniskā stāvokļa novērtējums pa kategorijām
Avots: Autores aprēķini

Kā redzams attēlā 3.15. vislabāk pēc tehniskajām pazīmēm tiek novērtētas B kategorijas automašīnas, vidējais vērtējums 2,02 un mediāna 2, kas ir ļoti labs vērtējums. C,CE kategorijas automobiļu tehniskā stāvokļa vidējais vērtējums ir 1,61 un mediāna 1,5, tas atbilst vērtējumam „labi”. Šādu vērtējumu varētu ietekmēt kravas automašīnas MAN lielais nolietojums, jo jaunas šādas automašīnas iegāde prasa lielus kapitālieguldījumus, ko autoskola nevar atļauties, tādēļ tiek izmantota esošā automašīna. D,DE kategorijas autobusa tehniskais stāvoklis tiek vērtēts vissliktāk. Vidējais vērtējums 0,78 un mediāna 1, kas tāpat kā C,CE kategorijai nozīmē „labi”. Autobuss Neoplan autoskolai jau ir vairākus gadus un ir arī tehniski novecojis, bet līdzīgi kā kravas auto iegāde, arī jauna autobusa iegāda prasa lielus līdzekļus.

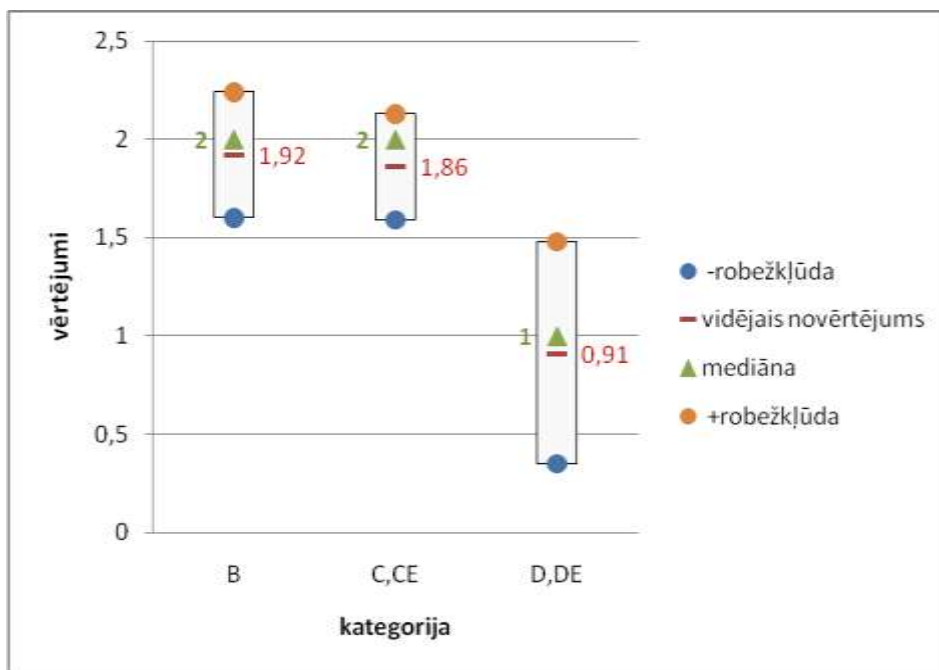
Klientu novērtējumus par automašīnas vizuālo stāvokli ar redzēt attēlā 3.16.



3.16.att. Automašīnu vizuālā stāvokļa novērtējums pa kategorijām.
Avots: Autores aprēķini

Līdzīgi kā iepriekš minētajā tehniskā stāvokļa novērtējumā, arī šeit klienti visaugstāk vērtē B kategorijas automašīnu vizuālo stāvokli ar vidējo novērtējumu 2,08 un mediānu 2, kas liecina par vērtējumu „ļoti labi”. C,CE kategorijas automobiļu vizuālais stāvoklis vidēji tiek vērtēts ar 1,28 un mediāna ir 1, kas liecina, ka visuālālais stāvoklis ir labs un D,DE kategorijas autobusam ir nedaudz zemāks vidējais vērtējums nekā C,CE, bet mediāna ir 1, kas liecina par novērtējumu „labi”. Kā arī attēlā var redzēt, ka visu kategoriju automobiļi guvuši augstāko vērtējumu 3 un zemāko vērtējumu -1, kas varētu liecināt, ka ir klienti ar ļoti atšķirīgu priekšstatu par automobiļa vizuālo stāvokli.

Kā nākošais ir automašīnas salona tīrības novērtējums, kas parādīts attēlā 3.17. Klientu novērtējums arī parāda tādu pašu tendenci, kā pārējie iepriekš minētie automašīnu vērtējumi. B un C,CE kategorijai novērtējumi ir praktiski vienādi attiecīgi vidējais novērtējums 1,92 un 1,86 un mediāna 2 abām kategorijām, kas nozīmē, ka klienti salona tīrību novērtējuši kā ļoti labu. D,DE kategorijas autobusa salona tīrības novērtējums ir par vienu atzīmi zemāks, vidējais 0,91 un mediāna 1, kas liecina tikai par vērtējumu „labi”.

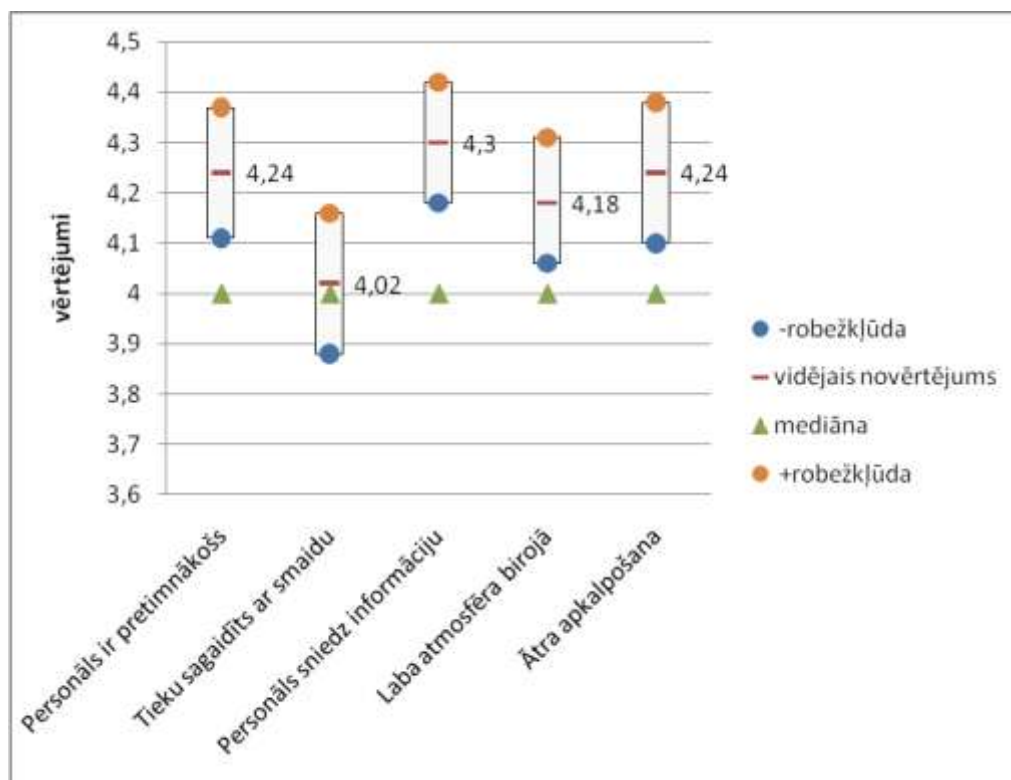


3.17.att. Automašīnu salona tīrības novērtējums pa kategorijām

Avots: Autores aprēķini

Ņemot vērā klientu novērtējumus par apmācību automašīnām, autoskolai nepieciešams uzlabot D,DE kategorijas pasniedzēju un instruktora darba kvalitāti, kā arī automašīnas tehnisko, vizuālo un salona tīrības uzlabošanu. Instruktoru darba un automašīnu stāvokļa kontrolei autoskolas vadība var ieviest noteiktas pārbaudes pēc iepriekš sastādīta plāna, lai novērstu klientu neapmierinātību un uzlabotu servisu.

Nākošais aptaujas anketas jautājums ļāva klientiem novērtēt biroja apkalpojošā personāla draba kvalitāti. Pašlaik autoskolai ir viens centrālais birojs un filiāle. Birojā patstāvīgi strādā 5 cilvēki. Ņemot vērā, ka uzņēmums ir mazs, tad ir divas lietvedes, valdes priekšsēdētāja un divi valdes locekļi, kas izpilda ikdienas darbu birojā. Klientiem aptaujas anketā jāvērtē vai personāls ir pretimnākošs, vai klients tiek sagaidīts ar smaidu, vai tiek sniegta visa klientam nepieciešamā informācija, lūgums novērtēt biroja atmosfēru un apkalpošanas ātrumu. Biroja personāla novērtējums veidots Laikerta skalā. (skat.3.3.tabulu) Klientu novērtējumi apkopoti grafiskā attēlā 3.18.



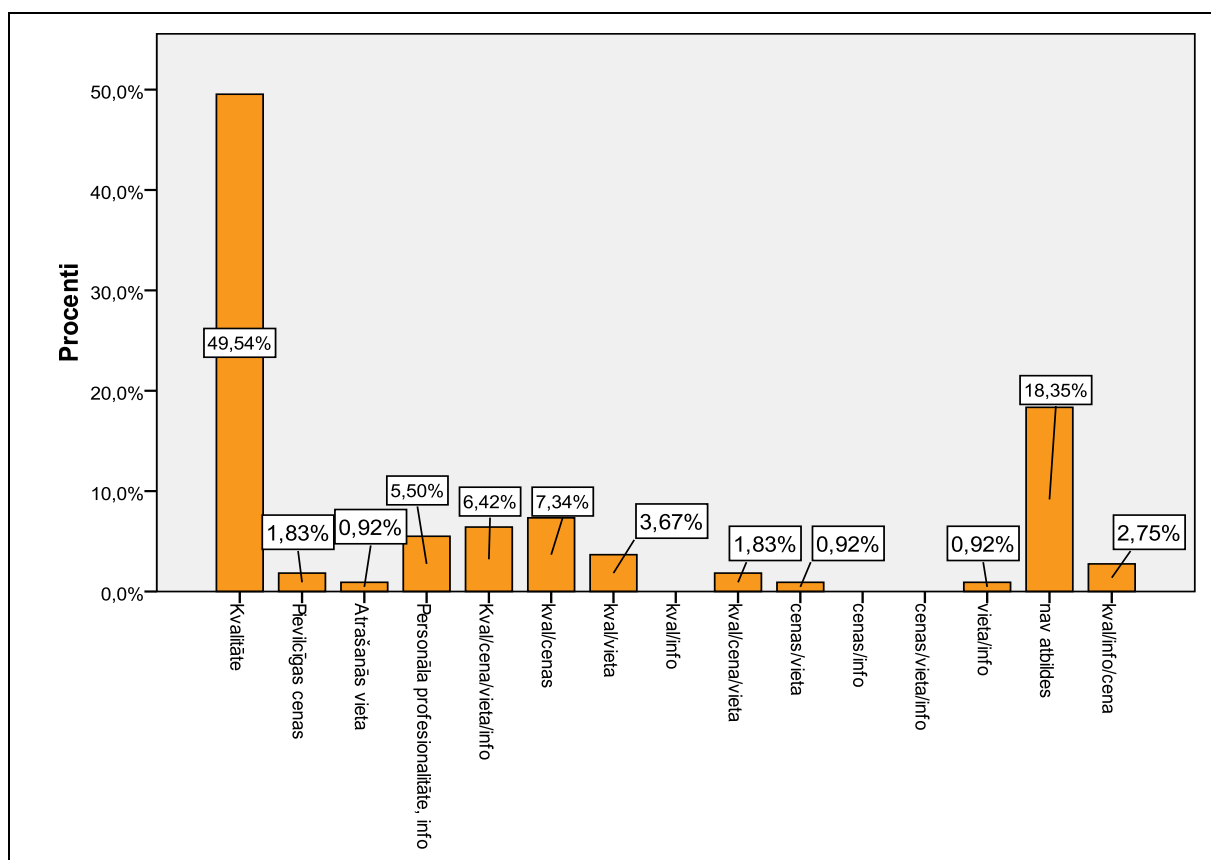
3.18.att. Apkalpojošā personāla birojā novērtējums

Avots: Autores aprēķini

Kā redzams attēlā 3.18. biroja apkalpojošais personāls tiek novērtēts pozitīvi pēc visiem aspektiem, jo visi vidējie vērtējumi ir virs atzīmes 3, kas nozīmē, ka klients piekrīt visiem anketā sniegtajiem apgalvojumiem. Aplūkojot katra apgalvojuma vidējo vērtējumu un robežvērtības, var secināt, ka viedokļi par šādu vērtējumu lielākajai daļai klientu ir bijuši diezgan saskaņoti. Viszemāk tiek novērtēts faktors – tieku sagaidīts ar smaidu. Tam ir viszemākais vidējais rādītājs 4,02, bet mediāna tieši tāda pati kā pārējiem faktoriem 4. Tas liecina, ka apkalpošajam personālam birojā ir nepieciešams uzlabot sakarsmes ar klientu kvalitāti.

Kā pēdējais jautājums klientu aptaujas anketā ir atklātais jautājums „Kāpēc Jūs ieteiktu autoskolu Krasts saviem draugiem, radiem un paziņām?” Apkopojot rezultātus, darba autore tās sagrupēja izveidojot 12 atbilžu grupas. Pirmās četras grupas ir kvalitāte, pievilcīgas

cenās, izdevīga atrašanās vieta un personāla profesionalitāte un informācijas pieejamība. Tālāk šīs četras atbildes sakombinētas, lai izveidotu nepieciešamās atbilžu grupas. Kā arī viena grupa bez atbildes. Iemeslus, kādēļ klienti ieteiktu austokolu saviem draugiem, radiem un paziņām apkopotī apla diagrammā attēlā 3.19.



3.19.att. Iemesli kādēļ klienti ieteiktu autoskolu citiem, procentos
Avots: Autores aprēķini

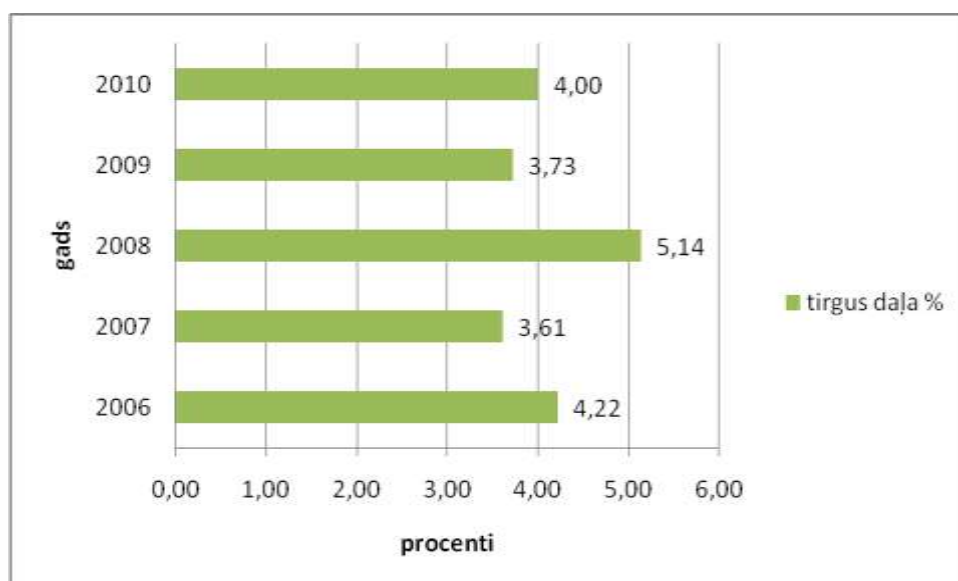
Pēc aptaujas rezultātiem, puse no klientiem atzīst, ka ieteiktu austokolu citiem apmācības kvalitātes dēļ, kas ir ļoti pozitīva iezīme, jo pakalpojuma kvalitāte ir autoskolas prioritāte. 18,3% klienti nav snieguši nekādu atbildi, kas liecina vai nu par to, ka tie nevēlas ieteikt autoskolu citiem, vai nevēlas atbildēt. 7% klientu ieteiktu apmācību kvalitātes un izdevīgu cenu dēļ, tad 6% visu četru iemeslu dēļ – kvalitātes, cenas, atrašanās vietas un personāla profesionalitātes dēļ. 5,5% klientu ieteiktu autoskolu citiem personāla profesionalitātes dēļ, kas norāda uz to, ka klienti ir apmierināti ar pasniedzēju un instruktoru darba kvalitāti. Gandrīz 4% klientu ieteiktu kvalitātes un atrašanās vietas dēļ, bet 2,7% kvalitātes, personāla profesionalitātes un informācijas, kā arī izdevīgu cenu dēļ. 1,8% klientu ieteiktu autoskolu pievilcīgu cenu dēļ, bet vēl 1,8% ieteiktu saviem draugiem un paziņām izdevīgu cenu, atrašanās vietas un kvalitātes dēļ. Tātad kopumā var novērtot, ka klienti ieteiktu autoskolu apmācību kvalitātes dēļ, kas autoskolai ir ļoti labs rādītājs, kā arī izdevīgu cenu un personāla profesionalitātes dēļ.

Klientu aptaujas anketas rezultātu apkopojums sniedz autoskolai galveno informāciju par klientu apmierinātību ar piedāvāto apmācību, apmierinātību ar pasniedzēju un instruktoru darba kvalitāti. Sniedz informāciju par autoskolas autoparka novērtējumu, kā arī novērtē biroja personālu. Šo informāciju autoskola var izmantot, lai uzlabotu pakalpojuma kvalitāti, ieviestu dažādus kontroles pasākumus un veiktu attiecīgus mārketinga pasākumus potenciālo klientu piesaistei. Vēl vairāk informācijas būtu iepsējams iegūt, ja šādu anketu piemērotu katrai kategorijai atsevišķi un aptauju veiktu aptaujājot vairāk klientu, kas sniegtu vēl ticamāku rezultātu.

3.2. Autoskolas tirgus un tirgus daļa

Uzņēmumam ir svarīgi zināt savas pozīcijas tirgū – savu tirgus daļu, lai varētu saprast, kādas ir uzņēmuma iespējas un lai varētu plānot savu stratēģiju tirgū. Autoskolas tirgus ir Rīgas un pierīgas autovadītāju apmācības pakalpojumu sniedzēju tirgus, kurā 2006.gadā bija 33 pakalpojumu sniedzēji, 2007.gadā 37 pakalpojumu sniedzēji, 2008.gadā 42 pakalpojumu sniedzēji, bet 2009. un 2010.gadā nemainīgi 43 pakalpojumu sniedzēji pēc Ceļu satiksmes drošības direkcijas datiem. (33)

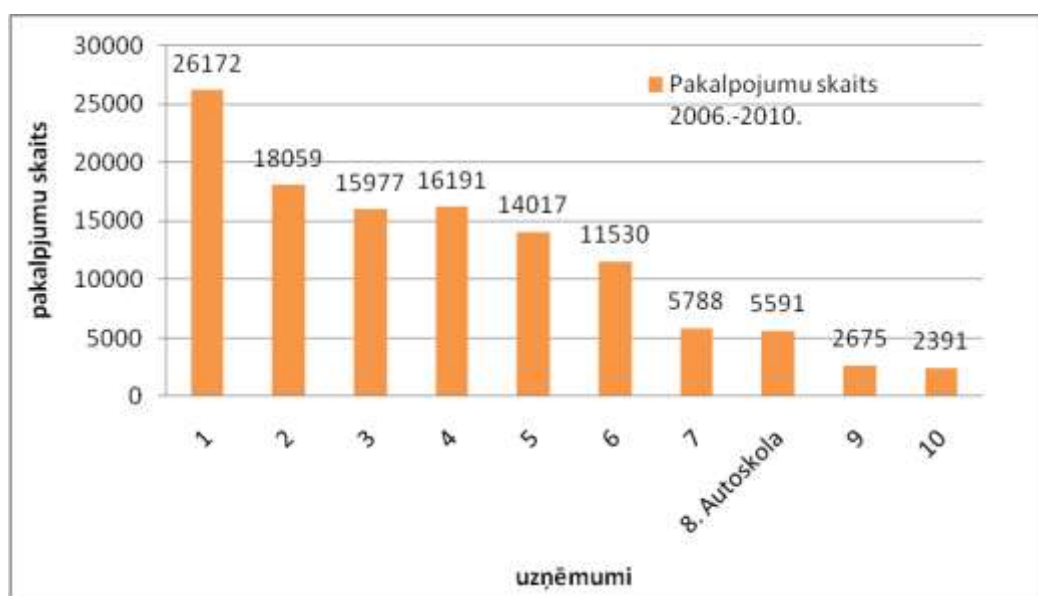
Lai varētu noteikt autoskolas ietekmi minētajā tirgū ir jāaprēķina autoskolas tirgus daļa, kas no 2006.-2010.gadam ir bijusi mainīga no 3,61% līdz pat 5,14 %. Tirgus daļas aprēķinātas pēc formulas (1.6.) un parādītas attēlā 3.20.



3.20.att. Autoskolas tirgus daļa no 2006.-2010.g.,procentos (33)

Pēc CSDD datiem autoskolas tirgus daļa ir bijusi mainīga, 2006.gadā 4,22%, kas ir 1399 sniegtie pakalpojumi, 2007.gadā tā samazinājusies līdz 3,61 % jeb 1333 pakalpojumi. Vislielākā tirgus daļa autoskolai bija 2008.gadā 5,14%, t.i. 1431 sniegtais pakalpojums, bet 2009.gadā atkal tā samazinājās līdz 3,73 % un 728 sniegtie pakalpojumi. 2010.gadā tirgus daļa 4%, kas ir tikai 700 sniegti pakalpojumi. Ņemot vērā autoskolas tirgus daļu, var secināt, ka autoskolas ietekme tirgū ir maza, jo ir uzņēmumi ar lielāku tirgus daļu.

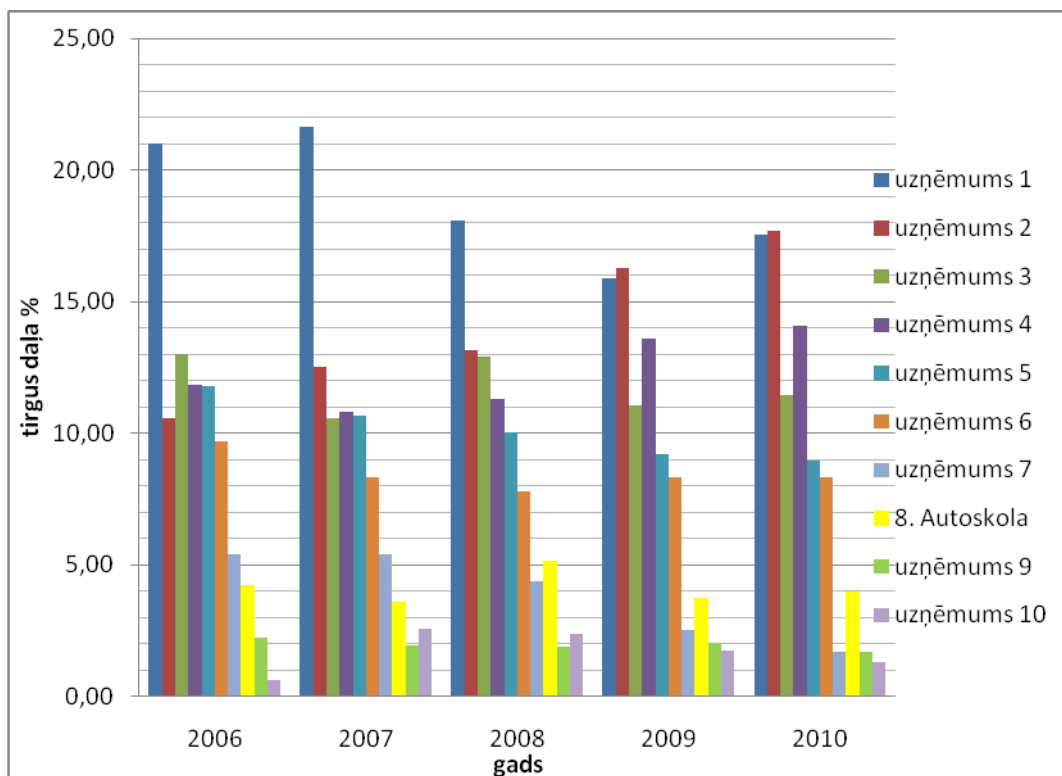
Sarindojot visus pakalpojumu sniedzējus, kas reģistrēti Rīgā pēc sniegto pakalpojumu skaita no 2006. – 2010.gadam, veidojas tirgus līderi, kam pakalpojumu skaits ir bijis ievērojami lielāks nekā pārējiem uzņēmumiem. Sarindojot pēc sniegto pakalpojumu skaita pēc gadiem, var izdalīt desmit uzņēmumus, kas snieguši vislielāko pakalpojumu skaitu autovadītāju apmācības pakalpojumu tirgū, to autore parāda attēlā 3.21.



3.21.att. Desmit autovadītāju apmācība tirgus līderi Rīgā un Pierīgā no 2006.-2010.g.pēc sniegto pakalpojumu skaita (33)

Pēc CSDD datiem var secināt, ka autoskola atrodas 10 veiksmīgāko uzņēmumu vidū astotā pēc sniegto pakalpojumu skaita pēdējos piecos gados ar sniegtiem 5591 pakalpojumiem. Tirgus līderis ir uzņēmums 1, kas sniedzis 26172 pakalpojumu. Tālāk uzņēmums 2, kas sniedzis 18059 pakalpojumus un uzņēmums 4 ar sniegtiem 16191 pakalpojumiem. Tad ierindojas uzņēmums 3 ar 15977 sniegtiem pakalpojumiem, tālāk uzņēmums 5 ar 14017 pakalpojumiem un uzņēmums 6 ar sniegtiem 11530 pakalpojumiem. Tālāk ļoti līdzīgi kā autoskolai tikai par 197 pakalpojumiem vairāk ierindojas uzņēmums 7. Un attiecīgi ar 2675 un 2391 sniegtiem pakalpojumiem 10 tirgus līderu sarakstu noslēdz uzņēmums 9 un 10. Kopumā var secināt, ka autoskola no tirgus līdera atpaliek 4,6 reizes kopā skatoties par šiem 5 gadiem.

Neskatoties uz to, ka autoskolai autovadītāju apmācības pakalpojumu sniedzēju tirgū pēdējos 5 gadus pieder vidēji 4,14% tirgus, arī tirgus līderu tirgus daļas ir mainījušās šajā laikā. Tirgus daļu izmaiņas 10 tirgus līderu vidū no 2006.-2010.gadam var aplūkot attēlā 3.22.



3.22.att. Desmit vadošo uzņēmumu tirgus daļas no 2006.-2010.g.procentos (33)

Pēc aprēķiniem, kuros izmatoti CSDD dati, var secināt, ka neviens no tirgus dalībniekiem nepārsniedz ar likumu noteikto tirgus sliekšņa daļu 40%. Kā redzams izteiktais tirgus līderis uzņēmums 1, 2010.gadā daļa savu vietu tirgū ar uzņēmumu 2, kas sasniedzis mazliet lielāku tirgus daļu 17,71%. Jau 2009.gadā uzņēmums 2 tirgus daļas lieluma ziņā apsteidz uzņēmumu 1, kas zaudē savu tirgus daļu. Uzņēmums 4 savu tirgus daļu 2010.gadā ir palielinājis salīdzinot ar iepriekšējiem gadiem, iegūstot 14,09% no tirgus. Uzņēmums 3 savukārt salīdzinot ar iepriekšējiem gadiem savu tirgus daļu ir zaudējis un tagad tam pieder 11,42 % no tirgus. Uzņēmums 5 salīdzinot ar iepriekšējiem gadiem arī ir zaudējis savu tirgus daļu un 2010.gadā pārvalda 8,96%. Līdzīgi arī uzņēmumam 6, kas salīdzinot ar 2006.gadu ir zaudējis savu tirgus daļu par dažiem procentiem, bet salīdzinot ar 2008.gadu tā atkal pieaugusi, 2010.gadā sasniedzot 8,32%. Kā redzams uzņēmumam 7 2010.gadā ir veicies pavisam slikti un tas zaudējis tirgus daļu, un 2010.gadā tā ietekme ir tikai 1,71%, kas ir ļoti maz. Autoskolas tirgus daļa jau tika apskatīta iepriekš, bet salīdzinot ar pakalpojumu kopējo skaitu, kas tika apskatīts iepriekš, autoskola savu tirgus daļu ir noturējusi. Uzņēmumam 9 un 10 tirgus daļas izmaiņas nav bijušas īpaši būtiskas, attiecīgi 2010.gadā 1,71% un 1,31%. Šāda situācija, ka arī tirgus līderi zaudē tirgus daļas, ir saistīts ar to, ka valsts ekonomiskās

situācijas dēļ klienti kļūst mazāk maksātspējīgi, kā arī potenciālo klientu skaits kļūst mazāks ar katru gadu demogrāfiskās situācijas dēļ. Šīs problēmas ietekmē visus tirgus dalībniekus.

Lai noskaidrotu kāds ir koncentrācijas indekss (CR) šajā pakalpojumu tirgū starp 3 spēcīgākajiem uzņēmumiem, tas tiek aprēķināts pēc formulas (1.7.) un parādīts tabulā 3.5.(32):

3.5.tabula

Tirgus koncentrācijas indekss starp 3 lielākajiem uzņēmumiem 2010.g.,procentos (33)

Uzņēmums	Sniegto pakalpojumu skaits 2010.g.	Tirgus daļa 2010.g. %
Uzņēmums 1	3072	17,55
Uzņēmums 2	3100	17,71
Uzņēmums 4	2467	14,09
Kopā visi 43 uzņēmumi	17507	CR = 49,35

Pēc aprēķiniem koncentrācijas indekss starp trīs lielākajiem uzņēmumiem pēc sniegto pakalpojumu skaita ir 49,35% un tas nozīmē, ka autovadītāju apmācības pakalpojumu tirgū nav augsta monopolizācijas pakāpe, bet trīs lielākie tirgus dalībnieki ir aizņēmuši gandrīz pusi no šī tirgus.

Tālāk tirgus analīzē var aplūkot arī Herfindāla – Hiršmana indeksu. Tas parāda „tirgus varas” sadalījumu starp visiem tirgus dalībniekiem, šo indeksu aprēķina pēc formulas (1.8.). Autovadītāju apmācības pakalpojumu tirgū šis indekss ir:

2006.gadā HHI = 1154,46 ,

2007.gadā HHI = 1096,12.

2008.gadā HHI = 1019,82,

2009.gadā HHI = 1019,50,

2010.gadā HHI = 1134,19.

Salīdzinot Herfindāla – Hiršmana indeku pa gadiem, var secināt, ka 2006.gadā tirgus bija mazliet vairāk koncentrēts, tad koncentrācijas līmenis mazliet samazinājās un 2010.gadā atkal mazliet pieauga. Principā šāds indeksa lielums liecina par to, ka tirgus ir mēreni koncentrēts. Pēc būtības tas tikai nedaudz pārsniedz atzīmi 1000, kas ir nekoncentrēta tirgus pazīme. To var secināt arī pēc lielā tirgus dalībnieku skaita un mazo tirgus daļu īpatsvara. (skat.6.pielikums)

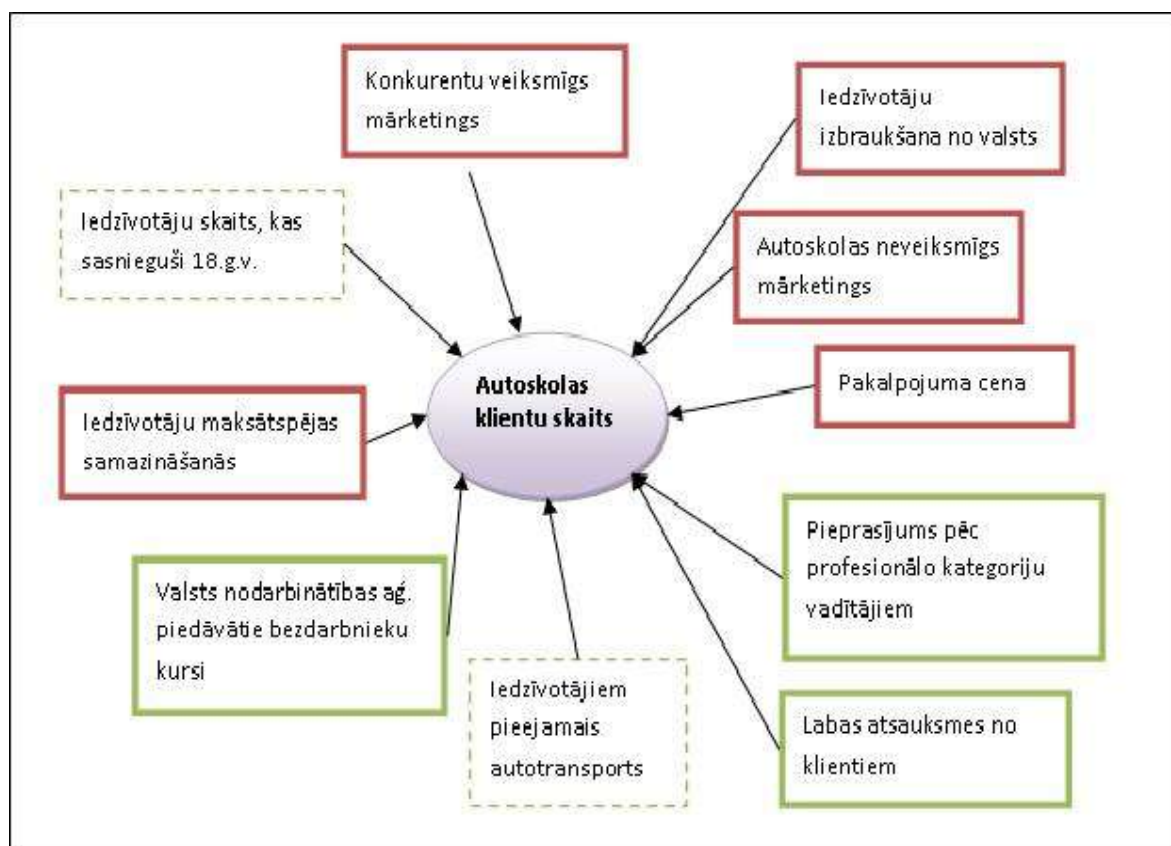
Analizējot no Ceļu satiksmes drošības direkcijas iegūtos datus, var secināt, ka autovadītāju apmācības pakalpojumu tirgus Rīgā un Pierīgā ir mēreni koncentrēts, nepastāv

monopolstāvokļa tirgū, kā arī kopā 2010.gadā ir 43 tirgus dalībnieki. Autoskolai ir 42 konkurenti, tirgus daļa pēdējos piecos gados ir bijusi vidēji 4,14%, kas nav liela daļa, bet aplūkojot visus uzņēmumus kopā, autoskola atrodas starp 10 veiksmīgākajiem uzņēmumiem šajā tirgū. Autoskolas vadībai vajadzētu apdomāt, kādu stratēģiju izvēlēties tirgū.

Tirgus daļas lielums nosaka arī to, cik daudz klientu autoskola ir spējīga piesaistīt un cik daudz pakalpojuma pircēju izvēlas tieši autoskolu, tāpēc tālāk darbā autore aplūko autoskolas potenciālo klientu skaitu un to skaita prognozi.

3.3. Autoskolas klientu skaita prognoze un to ietekmējošie faktori

Pēdējo gadu laikā autoskolas klientu skaits ir strauji sarucis. Par to liecina autoskolas apgrozījuma samazināšanās, kā arī nestabils finansiālais stāvoklis. Pastāvot esošajai ekonomiskai situācijai valstī, dažādām izmaiņām likumdošanā, arī nodokļu politikā, pieaugot pakalpojuma sniegšanas izmaksām, klientu skaits ir ļoti svarīgs, lai autoskola spētu nosegt izdevumus un gūt arī peļņu. Klientu skaitu ietekmē ne tikai piedāvātā pakalpojuma cena un konkurenti, bet arī valsts ekonomiskie un demogrāfiskie procesi. Faktori, kas ietekmē autoskolas klientu skaitu parādīti 3.23.attēlā.



3.23.att. Autoskolas klientu skaitu ietekmējošie faktori

Avots: Autore veidots attēls

Attēlā 3.23. parādīti galvenie faktori, kas ietekmē autoskolas klientu skaitu. Ar sarkanu iezīmētie pakalpojumu tirgū ir reklāma. Vadošie konkurenti ir tie, kas veiksmīgi realizē savas mārketinga stratēģijas un nodrošina sevi ar nepieciešamo klientu skaitu. Tieši tādēļ veiksmīgs konkurentu mārketingas ir viens no lielākajiem ietekmējošajiem faktoriem autoskolai. Kā arī autoskolas neveiksmīgs mārketingas ir viens no faktoriem, kas ietekmē klientu skaitu, jo autoskolas reklāma ir praktiski nemanāma tāpēc daudzu potenciālie klienti nemaz par autoskolu neuzzina. Ļoti svarīgs faktors, kas negatīvi ietekmē autoskolas klientu skaitu ir valsts iedzīvotāju izbraukšana no valsts darbam un dzīvošanai ārzemēs, kas samazina pieprasījumu pēc autoskolas pakalpojuma. Šis faktors skar visu autovadītāju apmācības pakalpojumu tirgu, gluži tāpat kā iedzīvotāju maksāspējas samazināšanās, kas skar visus tirgus dalībniekus. Tieši šo faktoru dēļ, ir ļoti svarīga autoskolas reklāma, lai tie, kas vēlas pirkt šo pakalpojumu zina arī par autoskolu. Kā vēl viens negatīvs faktors, kas ietekmē autoskolas klientu skaitu ir pakalpojuma cena. Ņemot vērā to, ka tas nav pakalpojums, ko pircējs izvēlas nopirkt ikdienā vai bieži, tad arī cena ir samērā augsta. Arī pakalpojuma cena ietekmē klientu skaitu, jo tā ir noteikta tāda, lai autoskola varētu nosegt pakalpojuma ietekmē negatīvi, ar zaļu iezīmētie ietekmē pozitīvi, bet ar pārtrauktu līniju – faktori, kas ietekmē pozitīvi tikai tad, ja to skaits ir liels. Esošajos ekonomiskajos apstākļos, kad mazie uzņēmumi cīnās par tālāku darbību, ļoti svarīga autovadītāju apmācības sniegšanas izdevumus.

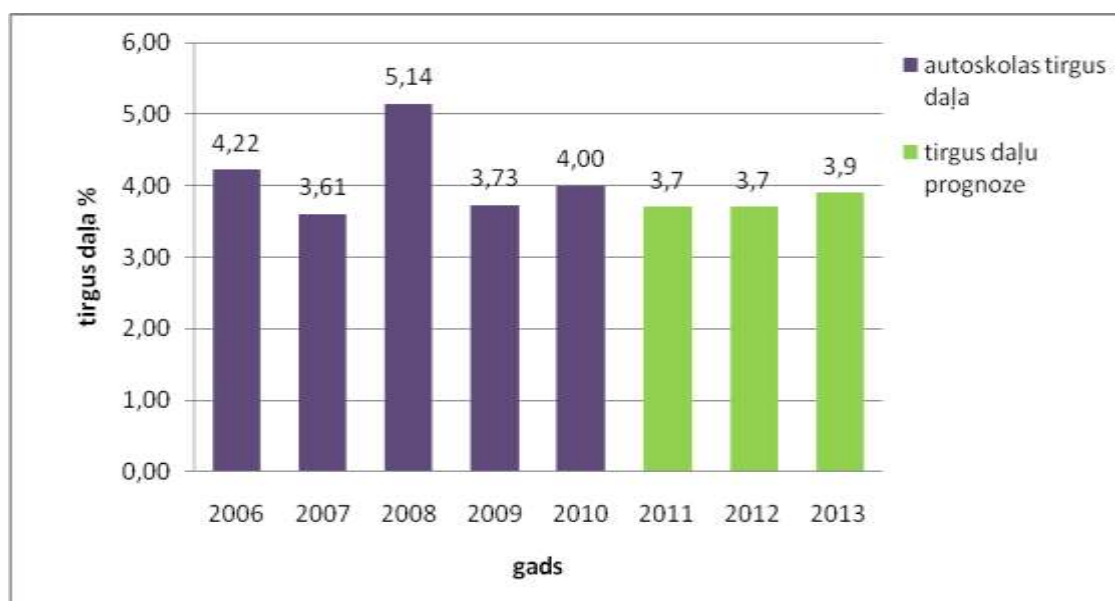
Faktors, kas pozitīvi ietekmē autoskolas klientu skaitu, ir labas atsauksmes no esošajiem vai bijušajiem autoskolas klientiem, kas autoskolu iesaka draugiem, radiem un paziņām. Nākamais pozitīvais faktors ir pieaugošais pieprasījums pēc profesionālo vadītāju kategorijas, ko iegūt Latvijā ir lētāk nekā Eiropas Savienības attīstītajās valstīs, bet tieši no šīm valstīm arī pieprasa šādu darbaspēku. Tas viss palielina pieprasījumu pēc profesionālajām vadītāju kategorijām, ko šobrīd novēro arī autoskolā. Kā vēl viens pozitīvais faktors klientu skaita ziņā, ir Valsts nodarbinātības aģentūras bezdarbnieku pārkvalifikācijas kursi, kuros piedāvā apgūt dažādas autovadītāju kategorijas, kas palielina klientu skaitu autoskolā.

Divi faktori, kas iezīmēti ar pārtrauktu līniju, autoskolas klientu skaitu var ietekmēt divējādi. Liels skaits iedzīvotāju, kam pieejams autotransports un tie var to izmantot ikdienā, arī palielina autoskolas klientu skaitu, jo nepieciešama vadītāja kvalifikācija. Kā arī liels skaits jauniešu 18.gadu vecumā, kas vēlas iegūt tiesības palielina autoskolas klientu skaitu. Šobrīd šie abi faktori autoskolas klientu skaitu nepalielina, jo sadārdzinoties degvielas cenām, iedzīvotāji izvēlas uz darbu doties kājām vai izmantot sabiedrisko transportu, bet jauniešu skaits 18.gadu vecumā nepieaug, ja aplūko vidusskolnieku skaitu pēdējos gados, tad tiem ir tendence samazināties.

Vēl pastāv dažādi faktori, kas ietekmē autoskolas klientu skaitu, bet augstāk minētie faktori skaitu ietekmē būtiski. Protams klientu skaita ziņā svarīgs ir apkalpojošais personāls birojā, nepieciešamās informācijas pieejamība, lai iestātos autoskolā, apmācības laiki, pieejamais autotransports. Visu šo faktoru kopums ietekmē autoskolas klientu skaitu. Autoskolas vadībai svarīgi apzināties šos faktoros, kā arī nepieciešams plānot savu darbību tālākam periodam. Klientu skaita prognozēšana ir viens no plānošanas veidiem, lai varētu aptuveni noteikt, cik liels būs pieprasījums pēc pakalpojuma un vai nepieciešamas kādas pārmaiņas uzņēmuma darbībā.

Veiksmīgas prognozes noteikšanai, nepieciešami kvalitatīvi un ticami dati par autoskolu. Diemžēl Latvijas Centrālais statistikas birojs šādu informāciju par autoskolām neapkopo. Vienīgā iestāde, kas apkopo informāciju par autoskolām, to kursantu skaitu ir Ceļu satiksmes drošības direkcija, bet arī tur nepieciešamo datu daudzumu iegūt nav iespējams. Ņemot vērā to, ka autoskolai nav izveidota datubāze par saviem klientiem, to skaitu, tad klientu skaita prognozēšanai darba autore izmanto datus par autoskolas tirgus daļu, kā arī datus par autovadītāju apmācības pakalpojumu tirgu no 2006.-2010.gadam, jo šie dati ir vienīgie pieejamie no Ceļu satiksmes drošības direkcijas. Lai veiktu prognozi, darba autore izmanto ekspertus, kas prognozē autoskolas tirgus daļu trīs gadiem, kā arī pieprasījumu pēc autovadītāju apmācības pakalpojuma Latvijā un Rīgā. Izejot no šiem datiem ir veikta autoskolas klientu skaita prognozēšana. (skat.4.un 5.pielikums)

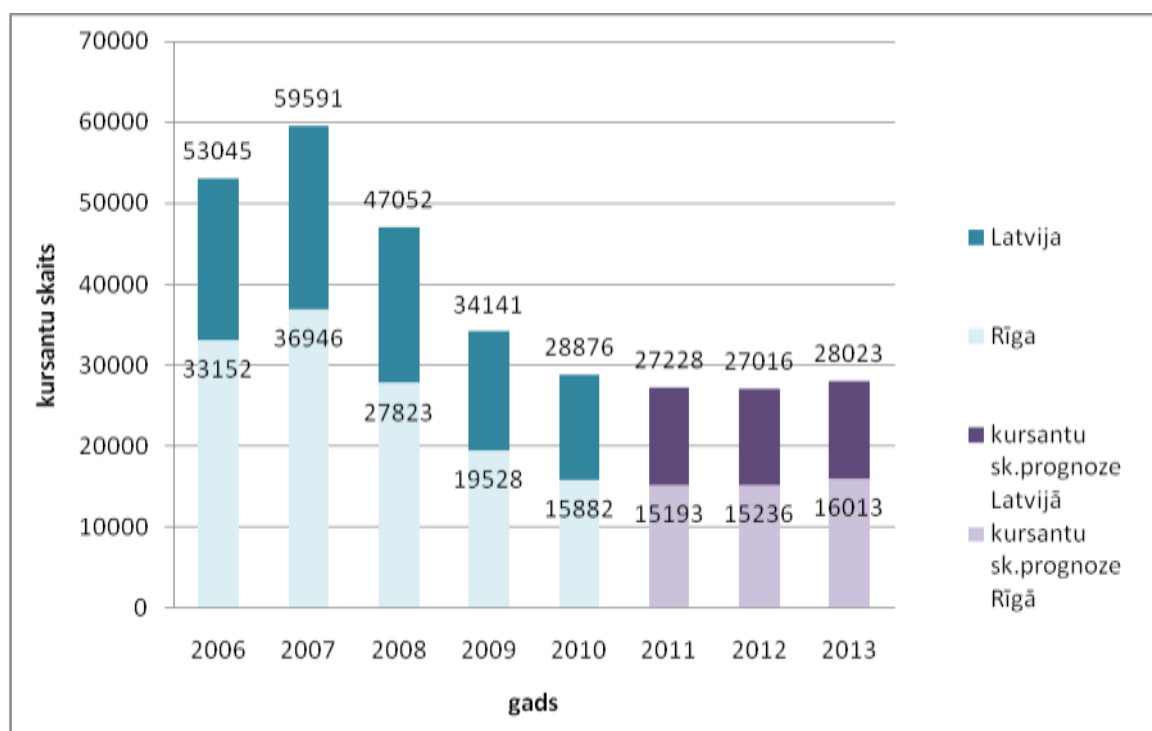
Četri eksperti tika lūgti prognozēt autoskolas tirgus daļu 2011.,2012.un 2013.gadam, dotā informācija bija autoskolas tirgus daļa no 2006.- 2010.gadam. Kopumā autoskolas tirgus daļas prognoze apkopota 3.24.attēlā.



3.24.att. Autoskolas tirgus daļa no 2006.-2013.gadam ar prognozi, procentos

Pēc ekspertu atbildēm, var secināt, ka autoskolas tirgus daļa tiek prognozēta aptuveni tādā pašā līmenī, kā iepriekšējos gadus, ar piebildi, ka tirgus daļa var samazināties tikai nedaudz, bet krietni samazināsies klientu skaits visā tirgū un tas skars visus tirgus dalībniekus. Acīmredzami, eksperti uzskata, ka 2013.gada stāvoklis ekonomikā varētu uzlaboties un tirgus daļa varētu pat pieaugt.

Nākamais, ko eksperti prognozēja bija kursantu skaits Latvijas autoskolās un kursantu skaits Rīgas autoskolās, kā cik liels būs Rīgas kursantu īpatsvars uz kopējā Latvijas kursantu fona. Tāpat kā iepriekš, dati par 2006.-2010.gadu ir zināmi, bet jāprognozē kursantu skaits 2011.- 2013.gadam. Prognozes var aplūkot 3.25.attēlā.

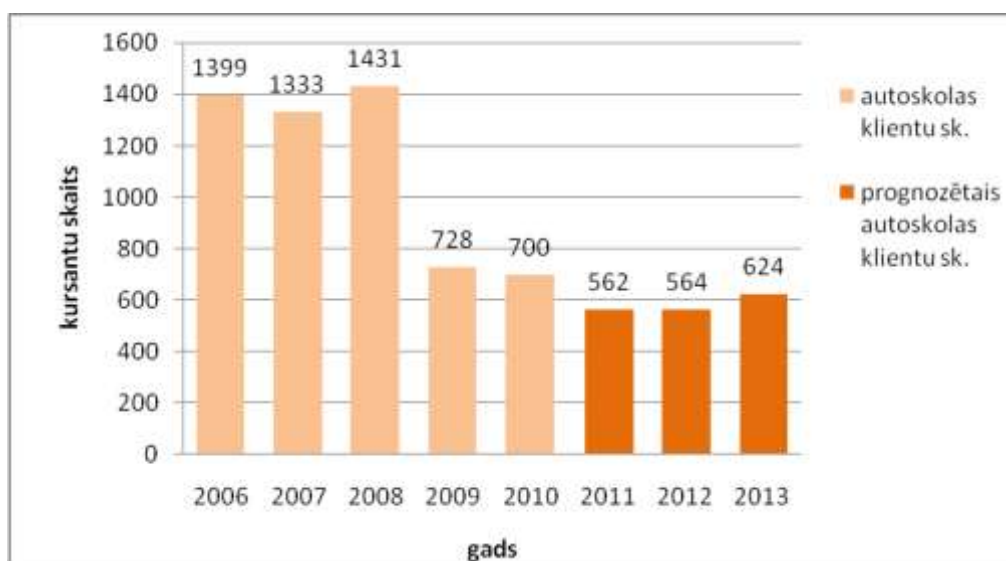


3.25.att. Kursantu skaits autoskolās Latvijā un Rīgā no 2006.-2013.gadam ar prognozi pēdējiem trīs gadiem

Pēc ekspertu vērtējumiem kursantu skaits Latvijā nākamajos trīs gados īpaši nesamazināsies, tādu pašu situāciju eksperti prognozē arī Rīgā, un 2013.gadā pat vērojams pieaugums. Tas liecina par to, ka eksperti novērtē nākošo gadu situāciju kā stabilu kursantu skaita ziņā.

Ņemot par pamatu šīs prognozes, var aprēķināt aptuvenu klientu skaita prognozi nākamajiem gadiem. Protams jāņem vērā, ka datu nepietiekamības dēļ, šī prognoze ir tikai aptuvena. Konkrētākai analīzei nepieciešams vairāk statistikas datu, kā arī iedzīvotāju skaita izmaiņas, kas precīzi tiks noteiktas tikai pēc Tautas skaitīšanas 2011 datiem. Protams, ņemot vērā, ka prognozes ir veidojuši eksperti, kas autovadītāju apmācībā strādā vairāk kā desmit gadus, arī šajās prognozēs var būt nepilnības.

Klientu skaita prognoze ņemot par pamatu ekspertu prognozes tirgus daļām un ekspertu prognozēto kursantu skaitu Latvijā un Rīgā, atspoguļoti attēlā 3.26.



3.26.att. Autoskolas klientu skaits no 2006.-2013.g.ar prognozi pēdējiem trīs gadiem, procentos

Pēc aprēķiniem var secināt, ka autoskolas klientu skaits 2011.gadā samazināsies salīdzinot ar 2010.gadu. 2012.gadā tas tiek prognozēts gandrīz tādā pašā līmenī, bet 2013.gadā eksperti prognozē klientu skaita pieaugumu. Ņemot vērā, ka 2009.gads autoskolai nesa vislielākos zaudējumus un 2010.gads arī nesa zaudējumus, bet klientu skaits nākamajiem gadiem tiek prognozēts vēl mazāks, tad autoskolai ir jāpārdomā sava darbības stratēģija, lai uzņēmums nepiedzīvotu vēl lielākus zaudējumus.

Kopumā var secināt, ka klientu skaita samazināšanās autoskolai ir liels risks, jo tas var ietekmēt autoskolas finanšu nestabilitāti, kā arī spēju laicīgi nokārtot savas saistības, vai veiksmīgi turpināt savu darbību nākotnē. Tieši tādēļ autoskolai svarīgi apzināties savus riskus un tos novērtēt, lai uzņēmums nepiedzīvotu lielus zaudējumus. Darba nākošā nodaļā darba autore apskata iespējamus riskus autoskolai.

3.4. Autoskolas risku novērtējums

Lai novērtētu autoskolas riskus, darba autore veica ekspertaptauju, tajā iesaistot četrus ekspertus, kas autoskolā strādā vairāk kā 10 gadus. Ekspertaptauja tika veikta divos posmos ar divām aptaujas anketām.(skat.7.pielikumu) Divi posmi tika veidoti apzināti, lai pirmajā posmā eksperti paši izvērtētu un nosauktu potenciālos riskus un otrajā posmā tos ranžētu pēc lieluma (svarīguma).

Pirmā aptaujas anketa ietvēra divus jautājumus. Pirmkārt, ekspertiem tika dotas piecas risku grupas – finanšu riski, komerciālie, tirgus, cilvēciskā riska faktori un dabas riski. Eksperti, vadoties pēc esošās informācijas un pieredzes, katrai riska grupai uzrakstīja klāt

vismaz divus iespējamus autoskolas riskus. Otrkārt, eksperti novērtēja risku grupas pēc to varbūtības un iedarbības pakāpes izmantojot risku klasifikācijas pēc varbūtības un iedarbības pakāpes tabulu. (skat. 1.5. tabula) Pirmā ekspertaptaujas posma rezultāti apkopoti zemāk.

Apkopojot pirmā posma rezultātus un salīdzinot ekspertu atbildes par riskiem autoskolai, eksperti atbildēs nosauc vienādus riskus, kas apkopoti 4.1. tabulā.

3.6.tabula

Ekspertu nosauktie autoskolas iespējamie riski

Risku grupas	Riski
Finanšu riski	Nodokļu palielināšana
	Apgrozāmo līdzekļu trūkums
Komerčiālie riski	Klientu maksātspēja
	Sniegtā pakalpojuma apgrozījuma izdevumu pieaugums
Tirgus riski	Pieprasījuma samazināšanās
	Negodīga konkurence
Cilvēciskā faktora riski	Darbinieku lojalitātes samazināšanās
Dabas riski	Ugunsnelaimes

Tabulā 4.1. apkopoti riski, ko eksperti bija nosaukuši visbiežāk. Pie finanšu riskiem visbiežāk tika minēta nodokļu palielināšana un apgrozāmo līdzekļu trūkums, kas norāda uz to, ka autoskola nebūtu spējīga segt savas īstermiņa saistības. Kā lielākie komerciālie riski ir klientu maksātspēja un izmaksu pieaugums, kas pēc ekspertu domām, autoskolai ir viens no lielākajiem riskiem kopumā. Pie tirgus riskiem, eksperti nosauc pieprasījuma samazināšanos pēc autoskolas piedāvātā pakalpojuma un negodīgu konkurenci, kas ietver arī dempinga cenas. Pēc ekspertu domām, darbinieku lojalitātes samazināšanās varētu būt cilvēciskā faktora risks, bet kā dabas risku min ugunsnelaimes, kas jau 2004.gadā piemeklēja autoskolas biroja un apmācības telpas.

Tālāk tabulā 4.2. ir apkopoti ekspertu risku grupu vērtējumi.

3.7.tabula

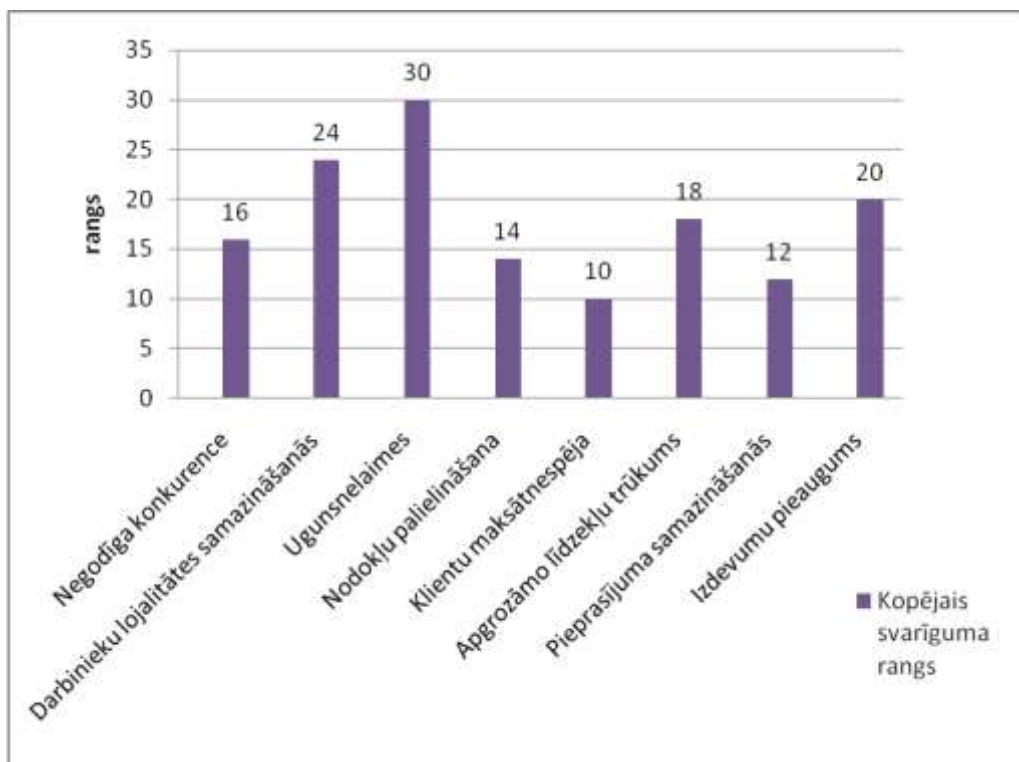
Ekspertvērtējumu rezultāti par risku iestāšanās varbūtību

Risku grupas	Ekspertu vērtējumi				Vidējais eksp.vērtēj.	Mo	Me
	I	II	III	IV			
<i>Finanšu riski</i>	3	3	1	4	2,75	3	3
<i>Komerčiālie riski</i>	2	3	2	4	2,75	2	2,5
<i>Tirgus riski</i>	2	3	3	3	2,75	3	3
<i>Cilvēciskā faktora riski</i>	1	3	2	1	1,75	1	1,5
<i>Dabas riski</i>	1	0	0	1	0,5	0 vai 1	0,5

Pēc aprēķiniem var secināt, ka eksperti par vislielākajām risku grupām atzīst finanšu, komerciālos un tirgus riskus, jo vidējais vērtējums 2,75, un finanšu un tirgus riskiem moda un mediāna attiecīgi 3, kas ņemot vērā risku klasifikācijas pēc varbūtības un iedarbības pakāpes atbilst tam, ka risks ir iespējams un riska iedarbība ir nopietna. Mazliet mazāka riska grupa tiek atzīta komerciālie riski ar vidējo vērtējumu 2,75, bet modu 2 un mediānu 2,5, kas pēc tās pašas vērtējumu tabulas atbilst tam, ka risks ir pa pusei iespējams un riska iedarbība ir nopietna. Cilvēciskā faktora riski pēc ekspertu domām nav izslēgti, bet to iedarbība ir maznozīmīga, jo vidējais novērtējums ir 1,75, moda 1 un mediāna 1,5. Dabas riski pēc ekspertu domām nav iespējami un to iedarbība ir nenozīmīga, to atspoguļo arī vidējais vērtējums 0,5. (skat.8.pielikums)

Ekspertu aptaujas otrais posms veidots tā, lai eksperti novērtētu savus izvirzītos riskus pēc to lieluma (svarīguma), ranžējot riskus pēc to svarīguma autoskolai. Lai novērtētu ekspertu viedokļu saskaņotību un novērtējumu ticamību, no iegūtajiem datiem ir aprēķināts konkordences koeficients un pārbaudīts vai ekspertu viedokļi ir neatkarīgi.

Ekspertaptaujas II daļā eksperti ranžēja riskus pēc to svarīguma autoskolai ar skaitli viens atzīmējot risku, kas, viņuprāt ir vislielākais iespējamais autoskolai, bet ar 8 – vismazāk iespējamais autoskolai. Attēlā 4.1. parādītas rangū summas, risks ar vismazāko rangū summu, pēc ekspertu domām, ir vislielākais risks autoskolai.



3.27.att. Ekspertu vērtējumi autoskolas riskiem pēc rangū summām
Avots: Autores aprēķini

Pēc ekspertu atbildēm vismazākais rangs – 10, bet vislielākais risks autoskolai ir klientu maksātnespēja, kas ir klientu naudas līdzekļu trūkums. Otrs lielākais risks pēc ekspertu domām ir pieprasījuma samazināšanās pēc autoskolas sniegtā pakalpojuma, kas izriet no klientu maksātnespējas. Trešais lielākais risks tiek atzīts nodokļu palielināšanās, kas uzliek papildu slogu autoskolai. Tālāk eksperti ierindo negodīgu konkurenci, apgrozāmo līdzekļu tūkums, izdevumu pieaugums, tad darbinieku lojalitātes samazināšanās un pēdējais ugunsnelaimes.

Salīdzinot šos riskus ar ekspertanketas pirmo daļu un risku grupas novērtējumu, var secināt, ka komerciālo risku grupa tika novērtēta kā mazāka risku grupa nekā finanšu riski, bet pieprasījuma samazināšanās un klientu maksātnespēja ietilpst komerciālo risku grupā. Nodokļu palielināšanās ietilpst finanšu risku grupā, kas novērtēts, kā trešais lielākais risks, un negodīga konkurence ir tirgus risku grupā. Kopumā var secināt, ka pēc ekspertanketas II daļas, nedaudz mainījies sākotnējais ekspertu viedoklis, bet eksperanketas I daļas ekspertu vērtējumi šīm trijām risku grupām bija ļoti līdzīgi, tāpēc var uzskatīt, ka tendence ir vienāda pēc abu anketas daļu rezultātiem.

Tālāk darba autore ir aprēķinājusi ekspertu viedokļu saskaņotību un neatkarību. Tabulā 4.3. apkopoti šie aprēķini. Aprēķiniem izmantotas formulas no (1.9.) līdz (1.14.).

3.8.tabula

Ekspertu novērtējumu saskaņotība un viedokļu neatkarība

Ekspertu risku ranžējuma saskaņotība		
\bar{a}_{ij}	18	kopējā novērtējuma vidējais
W	0,4524	konkordances koef.
X^2	12,67	kritērija novērotā vērtība
$X^2_{kr0,05}$	14,0671	kritiskā vērtība
Ekspertu viedokļu neatkarība		
X^2	23,6683	novērotā vērtība
$X^2_{krit3*7;0,05}$	32,6706	kritiskā vērtība

Kā redzams 4.3.tabulā, saskaņotības jeb konkordances koeficients ir 0,4524, kas ir starp 0 un 1, un tas nozīmē, ka ekspertu saskaņotība ir jāpārbauda ar Pīrsona kritēriju. Izvirzītās hipotēzes ir:

H_0 – ekspertu viedokļi ir saskaņoti,

H_1 – ekspertu viedokļi nav saskaņoti.

Tālāk novēroto vērtību aprēķina izmantojot formulu (1.11.) un iznāk 12,67. Tālāk kritisko vērtību atrod X^2 tabulās atbilstoši nozīmīguma līmenim, ko pieņem 5% un brīvības pakāpēm m-1, kas ir 7. Kritiskā vērtība ir 14,0671, tas nozīmē, ka ekspertu viedokļi ir saskaņoti.

Tālāk tiek pārbaudīta ekspertu viedokļu neatkarība. Pieņem hipotēzes:

H_0 – ekspertu viedokļi ir neatkarīgi,

H_1 – ekspertu viedokļi nav neatkarīgi.

Pēc formulas (1.13) ekspertu novērotā vērtība ir 23,6683, bet kritērija kritiskā vērtība pēc X^2 tabulas ir 32,6706. Tā kā aprēķinātā vērtība atrodas H_0 pieņemšanas apgabalā, tad nav iemesla ar 5% nozīmīguma līmeni noraidīt hipotēzi par ekspertu viedokļu neatkarību.

Tabulā 4.4. apkopoti riski pēc to lieluma, sākot ar lielāko.

3.9.tabula

Iespējamie riski autoskolai pēc ekspertu vērtējuma

Pēc lieluma	Risks
1	Klientu maksātspēja
2	Pieprasījuma samazināšanās
3	Nodokļu palielināšana
4	Negodīga konkurence
5	Apgrozāmo līdzekļu trūkums
6	Izdevumu pieaugums
7	Darbinieku lojalitātes samazināšanās
8	Ugunsnelaimes

Tātad vislielākais risks autoskolai ir klientu maksātspēja. Otrs nopietnākais risks ir pieprasījuma samazināšanās un nodokļu palielināšana. Ceturtais risks pēc nozīmīguma ir negodīga konkurence, tad apgrozāmo līdzekļu trūkums, izdevumu pieaugums, kas saistīts ar pakalpojuma sniegšanu, tad darbinieku lojalitātes samazināšanās un vismazākais risks ir ugunsnelaimes. Autoskolai svarīgi šos riskus apzināt, novērtēt un tad rīkoties, lai būtu pēc iespējas mazāki zaudējumi. Klientu maksātspēja ir radusies valsts ekonomiskās situācijas rezultātā, maksātspēja ietekmē arī pieprasījumu pēc autoskolas pakalpojumiem, kā arī, ņemot vērā atvērtās Eiropas Savienības robežas, notiek iedzīvotāju emigrācija uz citām valstīm, kā rezultātā krīt arī pieprasījums pēc pakalpojuma. Arī lielāks nodokļu slogs ir risks autoskolai, jo autoskola ir Pievienotās vērtības nodokļa maksātāja, arī izmaiņas, kas saistītas ar darba devēja daļu nodokļiem un darba algas likmes paaugstināšana, var negatīvi ietekmēt autoskolas darbību. Negodīga konkurence un dempinga cenas ir liels risks autoskolai, jo ar ļoti zemu cenu konkurenti var piesaistīt vairāk klientu. Apgrozāmo līdzekļu trūkums var novest pie tā, ka autoskola nav spējīga segt savas īstermiņa saistības. Izdevumu pieaugums

saistīts ar telpu uzturēšanas izdevumiem, telpu nomas maksu. Darbinieku lojalitātes samazināšanās var veicināt autoskolas personāla klientu apkalpošanas kvalitātes krišanos un klientu vēlmi neizmantojot autoskolas pakalpojumus. Ugunsnelaimes risks ir vismazākais, bet pret šo risku autoskola var nodrošināties aprīkojot telpas ar ugunsnelaimēm atbilstošu aprīkojumu, jo īrētās telpas birojam un klasēm iekārtotas divstāvu koka mājā.

SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

Autores secinājumi:

1. Ilgtermiņa ieguldījumi autoskolas bilancē sastāda vislielāko daļu, jo autoskola nodrošina pakalpojuma sniegšanu izmantojot sev piederošus pamatlīdzekļus, lielāko pamatlīdzekļu daļu aizņem autotransports, kas nepieciešams pakalpojumu sniegšanai – braukšanas nodarbību nodrošināšanai.
2. Laika posmā no 1999.-2009.gadam autoskola nomaina visu autoparku, par to liecina ilgtermiņa ieguldījumu samazinājums 2003.gadā un to pieaugums no 2004.gada, kas liecina par ieguldījumu autoskolas attīstībā.
3. Apgrozāmos līdzekļus autoskolas bilancē pamatā veido debitori unniecīga daļa ir naudas līdzekļi. Debitori ir pārsvarā darbinieki, kuriem izsniegts avanss degvielas iegādei braukšanas nodarbībām, kā arī avansi saimnieciskiem norēķiniem. Autoskola savu pakalpojumu nepiedāvā uz pēcapmaksu, tādēļ pircēju parādi nav iekļauti pie debitoriem.
4. Laika posmā no 1999.-2009.gadam autoskola piecus gadus ir strādājusi ar zaudējumiem – 1999.g., 2001.g., 2002.g., kā arī 2008.g. un 2009.gadā. Neveiksmīgo gadu posmā līdz 2002.gadam zaudējumi radušies nevis pieprasījuma samazināšanās dēļ, bet gan autotransporta nolietojuma dēļ, kas veidoja lielu norakstāmo vērtību, kā rezultātā šajos gados radās zaudējumi. Bet sākot no 2008.gada pieprasījums pēc autoskolas sniegtā pakalpojuma ir samazinājies un zaudējumi radušies nepietiekama apgrozījuma dēļ.
5. Vislielākās parādsaistības apskatītajā periodā autoskolai ir 2002.gadā, kad ilgtermiņa kreditori sastāda 86% no bilances, pēc 2002.gada ilgtermiņu kreditoru saistības samazinās un no 2007.gada autoskolai vairs nav ilgtermiņa saistības. Šāds liels ilgtermiņa kreditoru īpatsvars 2002.gadā liecina par aizņemto kapitālu uzņēmuma attīstībai.
6. Īstermiņa saistības laika posmā no 1999.-2003.gadam ir bijušas niecīgas, bet sākot ar 2004.gadu autoskolas īstermiņa saistības ir pieaugušas līdz Ls 59921 2008.gadā un 2009.gadā Ls 54828, pārsvarā īstermiņa parādi veidojušies kā parādi fiziskām personām un parādi par nodokļiem un nodevām, jo pasliktinoties ekonomiskajai situācijai valstī un veidojoties zaudējumiem uzņēmuma darbībā, autoskolai nav bijis

- iespēju norēķināties ar saviem īstermiņa kreditoriem, kas liecina par nestabilu finansu situāciju. Autoskolas saistību pieaugums radījis autoskolai finansiālu nestabilitāti 2001.gadā, 2002.gadā, kā arī 2003.g., 2005.gadā un 2008.g., 2009.gadā. Šajos gados autoskolas atkarība no ārējiem aizņēmumiem ir pārsniegusi normas robežas.
7. Autoskolas bilances aktīva izmaiņas no 1999.-2002.gadam ir bijušas negatīvas, jo aktīvs samazinājies no Ls 21651 līdz Ls 8874 2002.gadā. Sākot no 2003.gada līdz 2007.gadam aktīvs pieaudzis no Ls 11486 līdz Ls 87010, uz ko norāda arī autoskolas finansiālā stāvokļa uzlabošanās šajā periodā, pamatā aktīvu pieaugums veidojies uz ilgtermiņa ieguldīju pamata, kas veicināja autoskolas attīstību. Sākot no 2008.gada aktīvs ir samazinājies, kas liecina par finansu situācijas pasliktināšanos autoskolā.
 8. Autoskolai laika posmā no 1999.-2009.gadam nav bijuši pietiekoši apgrozāmo līdzekļu, lai laicīgi norēķinātos par savām īstermiņa saistībām, vienīgi 2003.gadā visi trīs likviditātes rādītāji ir pozitīvi, bet tas skaidrojams ar lielu naudas līdzekļu daudzumu, kas nopelnīts 2003.gadā. Kā arī visu laika posmu izņemot 2003.gadu, autoskolai tīrie apgrozāmie līdzekļi ir bijuši ar negatīvu zīmi, kas liecina par pašu nepietiekamiem līdzekļiem savas darbības paplašināšanai nākotnē.
 9. Autoskolai maksātspējas draudi ir bijuši no 1999.- 2002.gadam un sākot no 2008.gada. Šādu tendenci uzrāda abi maksātspējas aprēķina modeļi – Altamana Z'' modelis un Šorina/Voronovas Z_{2L} modelis. Tas liecina, ka šajos gados autoskolai bija slikta finansu situācija un nespēja norēķināties ar kreditoriem, kas varēja radīt draudus uzņēmuma darbības turpināšanai nākotnē.
 10. Autoskolas klientu vidējais vecums ir 29 gadi, pārsvarā autoskolas pakalpojumus izvēlas vīrieši – 78%, bet sievietes 22%. Sieviešu vidējais vecums ir 28 gadi, bet vīriešu – 29.gadi. Puse no klientiem izvēlas B kategorijas apmācības, trešdaļa izvēlas C kategorijas apmācības, bet piektdaļa D kategorijas apmācības. 81% autoskolas klientu dzīvo Rīgā, 15% līdz 40 km no Rīgas. 50% klientu ir krievu tautības un 47% ir latviešu tautības, vēl autoskolas pakalpojumus izvēlas baltkrievi un ukraiņi, bet to skaits ir niecīgs.
 11. Svarīgākais faktors autoskolas izvēlē klientiem ir labas atsauksmes no draugiem, radiem un paziņām. Tālāk klientu interesē nodarbību cena un braukšanas stundas cena. Ļoti svarīgs aspekts ir autoskolas atrašanās vieta un nodarbību laiki, ko klienti vērtē kā nākamos svarīgos faktoros pēc pakalpojumu cenas. Visnenozīmīgākais faktors tiek atzīts stāvlaukuma pieejamība nodarbību laikā.
 12. Par autoskolu 69% klientu uzzināja no draugiem vai radiem, 16% autoskolas mājas lapas vietni atrada internetā, bet 14% par autoskolu uzzināja pēc reklāmas uz

- trafaretajām autoskolas mašīnām. Reklāmu avīzē ieraudzīja tikai 2% klientu, kas liecina par šādas reklāmas neefektivitāti. 17% no klientiem autoskolu apmeklēja jau otro reizi, bet 79% pirmo reizi. Tikai 4% klientu autoskolas pakalpojumus izmanto trīs reizes un vairāk.
13. Autoskolas zīmola vērtējums no klientu puses ir pozitīvs, klienti zīmolu atzīst par uzticamu un atpazīstamu, kas liecina par autoskolas tēla stabilitāti. Klientus apmierina autoskolas piedāvātā pakalpojuma cena, kā arī apmācības klašu atrašanās vieta. Nodarbību laiks vakarā ļoti apmierina klientus.
 14. Autoskolas klienti ļoti labi novērtē teorijas pasniedzēju lekciju kvalitāti, kā arī ir apmierināti, kā pasniedzējs sniedz tehnisko informāciju un kāds ir saskarsmē ar kursantiem. Visaugstāk teorijas pasniedzēja darbu novērtē klienti, kas mācās C kategorijas kvalifikācijai, B kategorijas klienti novērtē pasniedzēju darbu nedaudz sliktāk nekā C, bet D kategorijas pasniedzēju darba kvalitāte tiek vērtēta viszemāk.
 15. Braukšanas instruktoru novērtējums visaugstākais ir C kategorijas instruktoriem, mazliet zemāk klienti vērtē B kategorijas instruktorus, un viszemāk tiek vērtēti instruktori D kategorijas braukšanas nodarbībām. Jāpiemin arī, ka tieši uz D kategorijas braukšanas instruktora novērtējumu ir vislielākā viedokļu dažādība.
 16. Uz B kategorijas braukšanas nodarbībā visvairāk klientu izvēlas automašīnas Toyota Corolla, kopā 54% no klientiem uz B kategoriju, 34% izvēlas Volkswagen Golf, bet vismazāk izvēlas BMW, jo braukšanas nodarbība uz BMW ir dārgāka nekā pārējo automašīnu nodarbību cena. Pēc automašīnas tehniskā un vizuālā stāvokļa vislabākie vērtējumi ir automašīnām, ko izmanto B kategorijas autovadītāju apmācībai, mazliet zemāk tiek vērtētas automašīnas C kategoriju nodarbībām, bet D kategorijas autobuss tiek vērtēts vissliktāk.
 17. Apkalpojošais personāls autoskolas birojā tiek novērtēts kā ļoti profesionāls. Pārsvarā autoskolā klienti novērtē labu apmācību kvalitāti, ko atzīst 50% klientu un arī labprāt to ieteiks saviem draugiem un paziņām, 7% autoskolu ieteiks labas kvalitātes un draudzīgu cenu dēļ, 6% autoskolu ieteiks gan kvalitātes, gan cenu, gan atrašanās vietas dēļ. 18% no respondentiem nav snieguši atbildes par to, vai ieteiktu autoskolu arī saviem draugiem vai paziņām.
 18. Autovadītāju apmācības pakalpojumu tirgū autoskolai 2006.gadā pieder 4,22% tirgus, 2007.gadā 3,61%, 2008.gadā 5,14% tirgus, bet 2009.gadā tirgus daļa samazinās līdz 3,73%. Pēc pašas jaunākās informācijas, 2010.gadā autoskolas tirgus daļa ir bijusi 4%, kas liecina par tirgus daļas pieaugumu salīdzinot ar 2009.gadu. Pavisam tirgū šajā

- laika posmā darbojas 43 uzņēmumi, kas piedāvā tādus pašus pakalpojumus kā autoskola.
19. Autoskola laika posmā no 2006.-2010.gadam atrodas desmit lielāko tirgus dalībnieku vidū, kā astotā labākā pēc apkalpoto klientu skaita. Pakalpojumu skaita ziņā autoskola no tirgus līdera atpaliek četras reizes. Tirgus koncentrācija starp trīs lielākajiem uzņēmumiem nav ar augstu monopolizācijas pakāpi, bet tomēr tie aizņem pusi no autovadītāju apmācības pakalpojumu tirgus. Tirgus kopumā vērtējams kā mēreni koncentrēts, kopš 2006.gada tirgus koncentrācija mazliet samazinājās, bet 2010.gadā HHI indekss atkal gandrīz sasniedz 2006.gada līmeni.
 20. Autoskolai klientu skaita samazinājums kopš 2008.gada ir nesis zaudējumus. Galvenie faktori, kas negatīvi ietekmē klientu skaitu ir autoskolas konkurentu veiksmīgs mārketinga, potenciālo klientu maksātspējas samazināšanās, kā arī izceļošana no valsts. Arī autovadītāju apmācības pakalpojuma cena ir samērā augsta, kā arī autoskolas neveiksmīgs mārketinga ietekmē klientu skaitu negatīvi.
 21. Pēc ekspertu prognozēm autoskolas tirgus daļa 2011.gadā tiek noteikta kā 3,7 % tāpat kā 2012.gadā, bet 2013.gadā eksperti prognozē tirgus daļas niecīgu pieaugumu līdz 3,9%. Kā arī eksperti uzskata, ka kursantu skaits Rīgā īpaši nemainīsies salīdzinot ar 2010.gadu, bet paliks ļoti līdzīgs arī 2011.un 2012.gadā, un 2013.gadā pat pieaugs. Bet klientu skaitu autoskolai eksperti prognozē līdzīgu kā 2010.gadā attiecīgi 2011.gadā 562, 564 un 2013.gadā 624. Ņemot vērā to, ka sākot ar 2009.gadu autoskola piedzīvojusi zaudējumus klientu skaita samazināšanās dēļ, tad pastāv risks, ka šāds klientu skaits būs nepietiekams, lai nodrošinātu autoskolas veiksmīgu darbību.
 22. Eksperti izvērtējot iespējamus riskus autoskolā, par vislielāko risku atzina klientu maksātspēju, kas arī noved pie pieprasījuma samazināšanās, kas ir otrs lielākais risks autoskolai. Trešais nopietnais risks ir nodokļu palielināšana, kā rezultātā autoskola vairs nav spējīga segt visus izdevumus. Kā ceturtais lielākais risks tiek atzīta negodīga konkurence un apgrozāmo līdzekļu trūkums. Tālāk eksperti ierindo izdevumu pieaugumu, kas saistīts ar pakalpojuma apgrozības nodrošināšanu, kā arī darbinieku lojalitātes samazināšanās un pēdējais risks ir ugunsnelaimes, jo autoskolas telpas atrodas koka apbūvē, kas ugunsgrēku jau ir piedzīvojusi.

Autores priekšlikumi:

1. Pēdējo gadu pieaugošo īstermiņa saistību dēļ autoskola nav spējīga norēķināties laicīgi par savām īstermiņa saistībām, šī iemesla dēļ autoskolas vadībai vajadzētu plānot

- savas finanses, lai pakāpeniski nosegtu izveidojušos īstermiņa parādu un uzņēmums kļūtu likvīdāks.
2. Autoskolas vadībai nepieciešams izstrādāt mārketinga stratēģiju, kas piesaistītu pēc iespējas vairāk klientu, jo pieprasījuma samazināšanās dēļ kopš 2008.gada autoskola cieš zaudējumus. Klientu piesaistei būtu nepieciešama kvalitatīvāka reklāma nekā tā ir pašlaik, reklāma sociālajos portālos globālajā tīmeklī, vai izveidojot kādu pakalpojuma piedāvājuma komplektu par pievilcīgu cenu, kas veicinātu klientu piesaisti.
 3. Lai samazinātu pakalpojuma sniegšanas izdevumus, ko autoskola kopš 2008.gada sedz ar grūtībām, autoskolas vadībai vajadzētu apsvērt iespēju atteikties no filiāles Elizabetes ielā, lai taupītu līdzekļus un pārorientēt šo vienu mācību klasi uz Gogoļa ielu.
 4. Izvērtējot autoskolas maksātnespējas draudus no 1999.-2002.gadam un 2008.un 2009.gadā, autoskolas vadībai nepieciešams apzināt, kāpēc šāda nestabila finanšu situācija uzņēmumā radās, noskaidrot sliktās finanšu situācijas cēloņus un turpmākā darbībā plānot savus finanšu resursus, lai uzņēmums vairs nepiedzīvotu maksātnespējas draudus .
 5. Ņemot vērā to, ka lielākā daļa klientu autoskolu izvēlas savu draugu ieteikuma dēļ, autoskolas darbiniekiem jābūt ļoti profesionāliem un pretimnākošiem saskarē ar klientu, lai veidotos labas savstarpējās attiecības un jaunais klients ieteiktu autoskolu tālāk. Tādēļ autoskolas vadībai vajadzētu ieviest darbinieku apkalpošanas kvalitātes kontroli, to veikt ar slepenā klienta palīdzību.
 6. Autoskolas vadībai rūpīgi jāpārdomā reklāmas ievietošana izvēlētajās avīzēs, jo tikai 2% klientu izvēlējušies autoskolu pēc reklāmas avīzē, iespējams šos izdevumus var novirzīt efektīvākai reklāmai internetā.
 7. Ņemot vērā klientu novērtējumu D kategorijas braukšanas instruktoram un braukšanas nodarbības transportam, autoskolas vadībai nepieciešams uzlabot braukšanas instruktora darba kvalitāti, norīkojot darbiniekus uz izglītojošiem semināriem par jaunāko nozarē, kā arī par attieksmi pret klientiem, arī pievērst lielāku uzmanību apmācības transportam, tā tehniskajam un vizuālajam stāvoklim, lai tas atbilstu visām autoskolas normām. veicot tā kontroles apskati pirms braukšanas nodarbībām.
 8. Lai gūtu labas atsauksmes no klientiem par braukšanas nodarbībām visām kategorijām, autoskolas vadībai vajadzētu padomāt par darbinieku motivāciju. Tai noteikti nav jābūt motivācijai naudas izteiksmē, tie var būt dažādi apbalvojumi darba kolektīva vidū, vai goda foto ievietošana birojā, kā labākajam instruktoram, vai pasniedzējam, kas varētu veicināt darbinieku motivāciju.

9. Lielākai kontrolei un klientu viedokļu noskaidrošanai, autoskolas vadība varētu izstrādāt klientu aptaujas anketas katrai apmācības grupai pa kategorijām, rezultātu iegūšana un apkopošana ļautu ātri un veiksmīgi novērst nepilnības un uzlabot pakalpojuma sniegšanas kvalitāti.
10. Ņemot vērā autoskolas tirgus daļas minimālu mainību no 2006.-2010.gadam, autoskolas vadībai vajadzētu pieņemt tirgus daļas noturošo stratēģiju, kas paredz stabilitāti un nemainību. Šajā ziņā nepieciešams tirgū piedāvāt konkurētspējīgu cenu, kas piesaistītu klientus.
11. Ņemot vērā pieprasījuma kritumu pēc pakalpojuma visā autovadītāju apmācības tirgū, autoskolas vadībai jāplāno savi izdevumi tā, lai uzņēmums būtu darboties spējīgs un tam pietiktu līdzekļu segt visus ikmēneša izdevumus. Iespējams nepieciešams apsvērt domu par darbinieku skaita samazināšanu birojā līdz minimumam, lai taupītu līdzekļus, kā arī rast iespēju vienoties ar īrēto telpu saimnieku par izdevīgākiem nosacījumiem telpu nomas apmaksā.
12. Autoskolas vadībai svarīgi apzināties lielākos riskus, kas var ietekmēt autoskolas darbību un izstrādāt plānu, kā rīkoties, lai šos riskus samazinātu līdz minimumam, lai uzņēmumam būtu vismazākie zaudējumi un lai arī turpmāk uzņēmums varētu pastāvēt.

IZMANTOTĀS LITERATŪRAS SARAKSTS

Latvijas Republikas normatīvie akti

1. Latvijas Republikas Konkurences likums, pieņemts 2001.gada 4.oktobrī.
2. Latvijas Republikas Maksātnespējas likums, pieņemts 2007.gada 1.novembrī.

Grāmatas

3. **Bednarskis, L., Paupa, V., Vaikulis, I.** *Finansu pārskatu analīze*. Rīga: Latvijas Universitāte, 1994. 96 lpp.
4. **Bikse, V.** *Ekonomikas teorijas pamati*. I daļa. Rīga: Izglītības soļi, 2000. 186 lpp.
5. **Bikse, V.** *Ekonomikas teorijas pamatprincipi*. Rīga: Izglītības soļi, 2007. 454 lpp.
6. **Kālis, I.** *Finansu menedžments*. Rīga: Latvijas Universitāte, 2004. 189 lpp.
7. **Niedrītis, J.Ē.** *Mārketings- trešais, pārstrādātais papildinātais izdevums*. Rīga: SIA Biznesa augstskola Turība, 2005, 408 lpp.
8. **Pettere, G., Voronova, I.** *Riski uzņēmējdarbībā un to vadība*. Rīga: Banku augstskola, 2004. 176 lpp.
9. **Rurāne, M.** *Finansu pārvaldība*. Rīga: Latvijas izglītības fonds, 2001. 281 lpp.
10. **Rurāne, M.** *Uzņēmuma finanses*. Rīga: Jumava, 2007. 266 lpp.
11. **Šneidere, R.** *Finanšu analīzes metodes uzņēmuma maksātnespējas prognozēšanā*. Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2009. 232 lpp.
12. **Ukolovs, V., Mass, A., Bistrjakovs, I.** *Vadības teorija*. Rīga: Jumava, 2006. 246 lpp.
13. **Altman, E.I.** *Bankruptcy, Credit Risk and High Yield Junk Bonds*. USA: Blackwell Publishers, 2002. 5-106 p.
14. **Atrill, P.** *Financial Management for Decision Makers*. 4th edition. UK: Pearson Education Ltd, 2006. 580p.

15. **Blois, K.** *The Oxford Textbook of Marketing*. UK: Oxford University Press, 2000. 570-598 p.
16. **Bolt, G.** *Market and Sales Forecasting: a Total Approach*. 3rd edition. UK: Kogan Page, 1994. 360 p.
17. **Enis, B.M., Cox, K.K.** *Marketing Classics: a Selection of Influential Articles*. 7th edition. USA: a Division of Simon & Shusten, 1991. 247-315 p.
18. **Evans, J.R., Berman, B.** *Marketing*. 6th edition. Canada: Maxwell Macmillan, 1994. 212-232 p.
19. **Gallinger, G.W., Healey, P.B.** *Liquidity Analysis and Management*. 2nd edition. USA: Addison – Wesley Publishing, 1991. 121 - 146 p.
20. **Kotler, P.** *Marketing Management*. 11th edition. USA: Pearson Education, 2003. 706 p.
21. **Malhotra, N.H.** *Marketing Research: an applied orientation*. 4th edition. USA: Pearson Education INC, 2004. 5- 138 p.
22. **McCarthy, E.J., Shapiro, S.J.** *Essentials of Marketing*. USA: Richard D. Irwin, 1983. 113-126 p.
23. **Morden, A.P.** *Elements of Marketing*. 3rd edition. UK: DP Publications, 1993. 105-125 p.
24. **Parker, R.H.** *Understanding Company Financial Statements*. England: Penguin books, 1994. 181 p.
25. **Palepu, K.G., Healy, P.M., Brenard, V.L.** *Business Analysis and Valuation: using Financial Statements*. 4th edition. USA: Thomson Higher Education, 2008. 12-35 p.
26. **Walter, J.E.** *Financial Strategies for Managers*. Canada: John Wiley&Sons, 1990. 280 p.

Raksti

27. **Altman, E.I.** Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. **In:** *The Journal of Finance*, 1986, N 4, vol. XXIII. 589-609 p.

28. **Kasalis, E., Kasalis, J.** Universāls uzņēmējdarbības finanšu analīzes modelis un tā adaptācija. **No:** *Latvijas Universitātes raksti*, Ekonomika, 671.sēj., Rīga: LU, 2004. 135 – 141 lpp.
29. **Klauss, A., Klauss, K.** Pārvaldība maksātspējas procesā. **No:** *Latvijas universitātes raksti*, Vadības zinātne, 674.sēj., Rīga: LU, 2004. 156.-164.lpp.
30. **Šorins, R., Voronova, I.** Ekonomiskās problēmas uzņēmējdarbībā. **No:** *Starptautisko augstskolu zinātnisko rakstu krājums*, Rīgas tehniskā universitāte, Inženierekonomikas fakultāte, Rīga: RTU, 1998, 125-131 lpp.

Elektroniskie informācijas avoti

31. Latvijas Centrālais statistikas birojs [atsauce uz 09.03.2011.]. Pieejams <http://www.csb.gov.lv>
32. Latvijas Republikas Konkurences padome. *Metodiskie norādījumi* [tiešsaiste] – [atsauce uz 04.02.2011.]. Pieejams: http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/Vadlinijas%20konkrete%20tirgus%20noteiksana.pdf

Citi informācijas avoti

33. Ceļu satiksmes drošības direkcijas statistikas datu bāze.
34. SIA „Mācību centrs Krasts & ST” finanšu pārskati.

PIELIKUMI

1.pielikums. Finanšu aprēķini

Autoskolas bilances posteņu
vertikālā analīze 1999 - 2009.g.

Posteņu īpatsvara bilancē pārmaiņas
pret iepriekšējo gadu, %

Balances posteņi	gads										
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aktīvs											
Nemateriālie ieguldījumi	0,00	0,00	1,99	1,60	0,37	0,19	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Iekārtas un mašīnas	1,71	1,01	9,23	2,87	-7,62	0,99	-4,63	-1,32	0,06	0,79	0,54
Pārējie PL un inventārs(izmaiņas)	8,28	4,06	-21,25	-19,28	-32,81	64,18	10,16	2,06	1,49	-4,68	0,39
PL izveidošana un nepab.PL izm.	-8,84	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kopā ilgtermiņa ieguldījumi(izm.)	1,15	5,07	-10,02	-16,80	-41,66	64,59	5,74	0,74	1,55	-3,89	0,92
Pircēju un pasūtītāju parādi	3,23	0,79	1,75	-5,77	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Citi debitori	-5,20	-3,29	0,63	17,71	-18,32	0,12	1,88	1,08	-2,63	5,49	-1,86
Nākamo periodu izmaksas	-2,98	1,32	7,67	4,89	4,32	-11,45	-5,25	-2,08	0,27	-0,48	0,29
Kopā debitori (izmaiņas)	-4,95	-1,17	10,05	16,83	-14,00	-11,33	-3,38	-1,00	-2,36	5,01	-1,57
Kopā naudas līdzekļi	3,80	-3,90	-0,03	-0,03	55,66	-53,26	-2,37	0,26	0,82	-1,12	0,65
Kopā apgrozāmie līdzekļi	-1,15	-5,07	10,02	16,80	41,66	-64,59	-5,74	-0,74	-1,55	3,89	-0,93
Pasīvs											
Akciju vai daļu kapitāls	18,79	12,31	-44,69	6,60	-5,59	-8,91	-4,45	-2,81	-0,31	0,58	3,35
Iepriekšējo gadu nesad.peļņa	-2,24	-18,45	20,69	-11,31	-26,11	37,28	11,47	-1,84	14,88	14,20	-17,46
Pārskata gada nesad.peļņa	-8,27	14,56	-8,45	-28,84	74,27	12,43	-41,97	36,49	-13,98	-58,57	-62,87
Kopā pašu kapitāls(izmaiņas)	8,28	8,42	-32,44	-33,56	42,58	40,80	-34,96	31,84	0,60	-43,80	-76,97
Uzkrājumi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,77	-1,69	0,98	-0,13
Parādi piegādātājiem	0,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pārējie kreditori	-5,60	0,00	53,01	11,14	-17,16	-33,18	-7,89	-4,97	-4,98	0,00	0,00
Kopā ilgtermiņa kreditori(izmaiņas)	-5,60	0,79	53,01	29,41	-35,42	-33,18	-7,89	-4,97	-4,98	0,00	0,00
Citi aizņēmumi	-3,02	-10,04	-49,56	-0,41	0,00	0,00	48,13	-24,03	-3,61	2,49	19,32
Parādi piegādātājiem(īsterm.)	0,00	0,00	0,00	3,90	0,17	-0,01	0,05	-0,10	-0,04	0,04	-0,05
Nodokļi un soc.nodroš.maksājumi	1,23	1,02	6,41	0,66	-3,92	-4,10	-1,12	1,26	-1,93	1,07	1,34
Pārējie kreditori	-0,90	-0,19	22,58	4,15	-3,40	-3,50	-15,20	-1,29	0,76	7,15	3,81
Neizmaksātās iepr.g.divid.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10,98	-5,48	10,89	32,07	52,68
Kopā īstermiņakreditori(izmaiņas)	-2,68	-9,21	-20,57	4,15	-7,15	-7,61	42,84	-29,64	6,07	42,82	77,10
Bilance											

Autoskolas bilances posteņu vertikālā analīze 1999.-2009.g.

Balances posteņu īpatsvars uz gada beigām, procentos

Balances posteņi	gads											
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Aktīvs												
Nemateriālie ieguldījumi	0,00	0,00	1,99	1,60	0,37	0,19	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Iekārtas un mašīnas	1,71	2,72	11,95	14,82	7,20	8,19	3,56	2,24	2,30	3,09	3,63	3,63
Pārējie PL un inventārs	86,39	90,46	69,21	49,93	17,13	81,30	91,47	93,53	95,02	90,34	90,73	90,73
PL izveidošana un nepab.PL izm.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kopā ilgtermiņa ieguldījumi	88,10	93,18	83,15	66,35	24,69	89,28	95,03	95,77	97,32	93,43	94,35	94,35
Pircēju un pasūtītāju parādi	3,23	4,02	5,77	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Citi debitori	3,30	0,02	0,65	18,36	0,03	0,15	2,03	3,11	0,48	5,97	4,11	4,11
Nākamo periodu izmaksas	1,39	2,71	10,38	15,27	19,59	8,14	2,88	0,80	1,07	0,59	0,88	0,88
Kopā debitori	7,92	6,75	16,80	33,63	19,62	8,29	4,91	3,91	1,55	6,56	4,99	4,99
Kopā naudas līdzekļi	3,98	0,07	0,05	0,02	55,69	2,43	0,06	0,32	1,13	0,01	0,66	0,66
Kopā apgrozāmie līdzekļi	11,90	6,82	16,85	33,65	75,31	10,72	4,97	4,23	2,68	6,57	5,64	5,64
Bilance	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Pasīvs												
Akciju vai daļu kapitāls	50,34	62,65	17,97	24,57	18,98	10,07	5,62	2,81	2,51	3,08	6,44	6,44
Iepriekšējo gadu nesad.peļņa	-2,24	-20,69	0,00	-11,31	-37,42	-0,14	11,32	9,48	24,36	38,56	21,10	21,10
Pārskata gada nesad.peļņa	-14,39	0,17	-8,27	-37,12	37,15	49,57	7,61	44,10	30,12	-28,45	-91,32	-91,32
Kopā pašu kapitāls	33,72	42,13	9,69	-23,87	18,71	59,51	24,55	56,39	56,99	13,19	-63,78	-63,78
Uzkrājumi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,77	1,08	2,06	1,93	1,93
Parādi piegādātājiem	0,00	0,00	0,00	18,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pārējie kreditori	3,23	4,02	57,03	68,18	51,02	17,84	9,95	4,98	0,00	0,00	0,00	0,00
Kopā ilgtermiņa kreditori	3,23	4,02	57,03	86,44	51,02	17,84	9,95	4,98	0,00	0,00	0,00	0,00
Citi aizņēmumi	60,02	49,97	0,41	0,00	0,00	0,00	48,13	24,10	20,49	22,98	42,30	42,30
Parādi piegādātājiem (īstermiņa)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,17	0,15	0,21	0,10	0,06	0,11	0,06	0,06
Nodokļi un soc.nodroš.maksājumi	1,23	2,25	8,66	12,56	8,65	4,54	3,42	4,68	2,75	3,82	5,17	5,17
Pārējie kreditori	1,81	1,62	24,20	24,86	21,46	17,96	2,76	1,47	2,23	9,38	13,19	13,19
Neizmaksātās iepr.gadu dividend.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10,98	5,50	16,39	48,45	101,13	101,13
Kopā īstermiņa kreditori	63,05	53,84	33,27	37,42	30,27	22,66	65,50	35,86	41,93	84,75	161,85	161,85
Bilance	100,00		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Autoskolas bilances horizontālā analīze 1999.-
2009.g.
Balances posteņu absolūtie rādītāji uz gada beigām,
latos

Balances posteņi	gads										
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aktīvs											
Nemateriālie ieguldījumi	0	0	242	142	42	42	0	0	0	0	0
Iekārtas un mašīnas	370	473	1450	1315	827	1772	1381	1735	1997	2184	1229
Pārējie PL un inventārs	18705	15737	8397	4431	1967	17594	35480	72447	82681	63876	30735
PL izveidošana un nepab.PL izm.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kopā ilgtermiņa ieguldījumi	19075	16210	10089	5888	2836	19321	36861	74182	84678	66060	31963
Pircēju un pasūtītāju parādi	700	700	700	0	0	0	0	0	0	0	0
Citi debitori	715	3	79	1629	4	33	787	2410	417	4221	1392
Nākamo periodu izmaksas	300	471	1259	1355	2250	1761	1119	620	929	418	298
Kopā debitori	1715	1174	2038	2984	2254	1794	1906	3030	1346	4639	1690
Kopā naudas līdzekļi	861	13	6	2	6396	525	23	246	986	7	222
Kopā apgrozāmie līdzekļi	2576	1187	2044	2986	8650	2319	1929	3276	2332	4646	1912
Bilance	21651	17397	12133	8874	11486	21640	38790	77458	87010	70706	33876
Pasīvs											
Akciju vai daļu kapitāls	10900	10900	2180	2180	2180	2180	2180	2180	2180	2180	2180
Iepriekšējo gadu nesad.peļņa	-485	-3600	0	-1004	-4298	-31	4392	7342	21198	27266	7149
Pārskata gada nesad.peļņa	-3115	30	-1004	-3294	4267	10728	2950	34157	26209	-20117	-30936
Kopā pašu kapitāls	7300	7330	1176	-2118	2149	12877	9522	43679	49587	9329	-21606
Uzkrājumi	0	0	0	0	0	0	0	2144	940	1456	654
parādi piegādātājiem	0	0	0	1621	0	0	0	0	0	0	0
Pārējie kreditori	700	700	6920	6050	5860	3860	3860	3860	0	0	0
Kopā ilgtermiņa kreditori	700	700	6920	7671	5860	3860	3860	3860	0	0	0
Citi aizņēmumi	12994	8694	50	0	0	0	18670	18670	17830	16250	14330
Parādi piegādātājiem īst.	0	0	0	0	19	33	80	81	56	77	20
Nodokļi un soc.nodroš.maksājumi	266	392	1051	1115	993	983	1327	3626	2397	2703	1750
Pārējie kreditori	391	281	2936	2206	2465	3887	1071	1138	1940	6631	4468
Neizmaksātās iepr.gadu divid.	0	0	0	0	0	0	4260	4260	14260	34260	34260
Kopā īstermiņa kreditori	13651	9367	4037	3321	3477	4903	25408	27775	36483	59921	54828
Bilance	21651	17397	12133	8874	11486	21640	38790	77458	87010	70706	33876

Autoskolas likviditātes koeficientu dinamika 1999.-2009.g.

Rādītāji	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Apgrozāmie līdz.(Ls)	2576	1187	2044	2986	8650	2319	1929	3276	2332	4646	1912
t.sk.Debitori	1715	1174	2038	2984	2254	1794	1906	3030	1346	4639	1690
Naudas līdzekļi	861	13	6	2	6396	525	23	246	986	7	222
Īstermiņa saistības (Ls)	13651	9367	4037	3321	3477	4903	25408	27775	36483	59921	54828
Kopējās likviditātes koeficients	0,19	0,13	0,51	0,90	2,49	0,47	0,08	0,12	0,06	0,08	0,03
Ātrās likviditātes koeficients	0,19	0,13	0,51	0,90	2,49	0,47	0,08	0,12	0,06	0,08	0,03
Absolūtās likviditātes koeficients	0,06	0,00	0,00	0,00	1,84	0,11	0,00	0,01	0,03	0,00	0,00

Autoskolas tīro apgrozāmo līdzekļu dinamika 1999.-2009.g.

Rādītāji	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aktīvi (Ls)	21651	17397	12133	8874	11486	21640	38790	77458	87010	70706	33876
Apgrozāmie līdz.(Ls)	2576	1187	2044	2986	8650	2319	1929	3276	2332	4646	1912
Kopējās saistības (Ls)	14351	10067	10957	10992	9337	8763	29268	31635	36483	59921	54828
Īstermiņa saistības (Ls)	13651	9367	4037	3321	3477	4903	25408	27775	36483	59921	54828
Tīrie apgrozāmie līdzekļi (Ls)	-11075	-8180	-1993	-335	5173	-2584	-23479	-24499	-34151	-55275	-52916

Autoskolas kapitāla struktūras rādītāju dinamika no 1999.-2009.g.

Rādītāji	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Saistību kopsumma (Ls)	14351	10067	10957	10992	9337	8763	29268	31635	36483	59921	54828
Pašu kapitāls (Ls)	7300	7330	1176	-2118	2149	12877	9522	43679	49587	9329	-21606
Bilances kopsumma (Ls)	21651	17397	12133	8874	11486	21640	38790	77458	87010	70706	33876
Finansiālās atkarības koeficients (S/A)	0,66	0,58	0,90	1,24	0,81	0,40	0,75	0,41	0,43	0,85	1,62
Finansiālās autonomijas koeficients (PK/A)	0,34	0,42	0,10	-0,24	0,19	0,60	0,25	0,59	0,57	0,15	-0,62
Finanšu riska koeficients (S/PK)	1,97	1,37	9,32	-5,19	4,34	0,68	3,07	0,72	0,74	6,42	-2,54

Altmana Z" modeļa maksātspējas prognozēšana

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
X1	-0,512	-0,470	-0,164	-0,038	0,450	-0,119	-0,605	-0,316	-0,392	-0,782	-1,562
X2	-0,166	-0,205	-0,083	-0,484	-0,003	0,494	0,189	0,536	0,545	0,101	-0,702
X3	-0,222	0,005	-0,078	-0,363	0,379	0,521	0,085	0,420	0,320	-0,303	-0,913
X4	0,509	0,728	0,107	-0,193	0,230	1,469	0,325	1,381	1,359	0,156	-0,394

	koef.	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
X1	6,56	-3,36	-3,08	-1,08	-0,25	2,95	-0,78	-3,97	-2,07	-2,57	-5,13	-10,25
X2	3,26	-0,54	-0,67	-0,27	-1,58	-0,01	1,61	0,62	1,75	1,78	0,33	-2,29
X3	6,72	-1,49	0,04	-0,53	-2,44	2,55	3,50	0,57	2,82	2,15	-2,04	-6,14
X4	1,05	0,53	0,76	0,11	-0,20	0,24	1,54	0,34	1,45	1,43	0,16	-0,41
Z"		-4,85	-2,95	-1,76	-4,47	5,73	5,87	-2,44	3,94	2,78	-6,67	-19,09

Šorina/Voronovas Z_{2L} maksātspējas prognozēšanas modelis

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
X1	-0,512	-0,470	-0,164	-0,038	0,450	-0,119	-0,605	-0,316	-0,392	-0,782	-1,562
X2	-0,166	-0,205	-0,083	-0,484	-0,003	0,494	0,189	0,536	0,545	0,101	-0,702
X3	-0,144	0,002	-0,083	-0,371	0,371	0,517	0,076	0,504	0,323	-0,285	-0,913
X4	0,509	0,728	0,107	-0,193	0,230	1,469	0,325	1,381	1,359	0,156	-0,394
X5	1,132	2,947	4,795	4,958	3,367	2,827	2,040	1,455	1,870	1,743	2,081

X1	2,5	-1,279	-1,175	-0,411	-0,094	1,126	-0,299	-1,513	-0,791	-0,981	-1,954	-3,905
X2	3,5	-0,582	-0,718	-0,290	-1,695	-0,009	1,730	0,662	1,875	1,907	0,354	-2,458
X3	4,4	-0,633	0,008	-0,364	-1,633	1,635	2,273	0,335	2,217	1,420	-1,252	-4,018
X4	0,45	0,229	0,328	0,048	-0,087	0,104	0,661	0,146	0,621	0,612	0,070	-0,177
X5	0,7	0,792	2,063	3,357	3,470	2,357	1,979	1,428	1,018	1,309	1,220	1,457
	∑	-1,473	0,504	2,341	-0,039	5,212	6,345	1,058	4,941	4,266	-1,562	-9,102
		-2,4	-3,873	-1,896	-0,059	2,812	3,945	-1,342	2,541	1,866	-3,962	-11,502

2.pielikums. Klientu aptaujas anketa

Anketa par klientu apmierinātību ar piedāvāto servisu autoskolā „Krasts”

Latvijas Universitātes 4.kursa studente Sanita Štāle bakalaura darba ietvaros veic aptauju par klientu apmierinātību ar autoskolas piedāvāto servisu. Aptauja tiek veikta autoskolas „Krasts” telpās, izsniedzot anketas autoskolas klientiem.

Atbildiet uz jautājumiem, ievērojot pirms katra jautājuma noteiktās atbildes formas. Anketa ir anonīma. Lūdzu atbildiet uz katru jautājumu, atbilžu patiesums veicinās ticamākas informācijas iegūšanu. Paldies par veltīto laiku!

Informācija par respondentu

Dzimums	vīrietis/sieviete
Vecums	
Dzīvesvieta(Pilsēta,novads)	
Tautība	
Iegūstamā kategorija	

1. Kas Jums bija svarīgākais faktors autoskolas izvēlē? Lūdzu sarindojiet pēc svarīguma.

1-vissvarīgākais faktors

8 -nenozīmīgākais faktors

	Teorijas nodarbību cena
	Braukšanas nodarbības cena
	Autoskolas atrašanās vieta
	Labas atsauksmes no cilvēkiem
	Nepieciešamās informācijas pieejamība autoskolā
	Nodarbību laiki
	Autoskolas atpazīstamība
	Stāvlaukums nodarbību laikā

2. No kurienes Jūs uzzinājāt par autoskolu „Krasts”? Lūdzu atzīmējiet ar X attiecīgo atbildi!

	Draugi/radi ieteica
	No reklāmas avīzē (TV programma, Čas, Subota)
	Meklēju internetā
	Cits(kas?)

3.Kuru reizi Jūs izmantojat autoskolas „Krasts” pakalpojumus? Lūdzu atzīmējiet ar X vienu attiecīgo atbildi!

	1. reizi
	2. reizi
	3.reizi un vairāk

4. Lūdzu novērtējiet autoskolas „Krasts” zīmola īpašības! Lūdzu ievelciet krustiņu uz tās līnijas daļas, kas Jūsprāt ir vairāk atbilstoša zīmolam.

Dārgs	-----	Lēts
Moderns	-----	Klasisks
Atpazīstams	-----	Maz pazīstams
Uzticams	-----	Neuzticams

5. Lūdzu vērtējiet faktoros, kāpēc izvēlējāties tieši autoskolu „Krasts”. Lūdzu atzīmējiet ar X vienu attiecīgo atbildi!

	Pilnīgi nepiekrītu	Nepiekrītu	Neitrāli	Piekrītu	Pilnībā piekrītu
Man der nodarbību laiki no 18:00-21:00					
Man der nodarbību laiki no 10:00-13:00					
Citās autoskolās nav tāds piedāvājums, kāds man nepieciešams					
Labas atsauksmes no cilvēkiem					
Apmācību cena mani apmierina					
Izdevīga atrašanās vieta					
Slikta pieredze citā autoskolā					

6. Novērtējiet Jūsu teorijas pasniedzēja darba kvalitāti? Lūdzu atzīmējiet ar X atbilstošo atbildi!

	Ļoti slikti	Slikti	Ciešami	Labi	Ļoti labi	Izcili
CSN teorijas pasniegšana						
Sniegtā tehniskā informācija						
Paskaidrojošie zīmējumi, piemēri						
Pieejamās palīgtehnikas izmantošanas lietderīgums nodarbībā (projektors, kodoskops, prezentācijas)						
Pasniedzēja izturēšanās nodarbībās						
Pasniedzēja vizuālais tēls(tīrība, higiēna)						

7. Novērtējiet Jūsu instruktora darba kvalitāti? Lūdzu atzīmējiet ar X atbilstošo atbildi!

	Ļoti slikti	Slikti	Ciešami	Labi	Ļoti labi	Izcili
Situācijas uz ceļa izskaidrošana						
Braukšanas maršrutu izvēle						
Instruktoru izturēšanās (pieklājība, laipnība)						
Instruktoru vizuālais tēls(tīrība, higiēna)						

8. Ar kādu automašīnu Jūs braucat mācību nodarbībās?

9. Novērtējiet automašīnu, ko autoskola Jums piedāvā braukšanas nodarbībām? Lūdzu atzīmējiet ar X atbilstošo atbildi!

	Ļoti slikti	Slikti	Ciešami	Labi	Ļoti labi	Izcili
Automašīnas tehniskais stāvoklis						
Automašīnas vizuālais stāvoklis						
Automašīnas salona tīrība nodarbības laikā						

10. Lūdzu novērtējiet apkalpojošo personālu birojā! Lūdzu atzīmējiet ar X vienu attiecīgo atbildi katrā rindiņā!

	Pilnīgi nepiekrītu	Nepiekrītu	Neitrāli	Piekrītu	Pilnīgi piekrītu
Personāls ir pretimnākošs					
Vienmēr tieku sagaidīts ar smaidu					
Personāls sniedz visu nepieciešamo informāciju					
Birojā ir laba atmosfēra					
Apkalpošana ir ātra					

11. Kāpēc Jūs ieteiktu autoskolu „Krasts” saviem draugiem, radiem, paziņām?

--

3.pielikums. Klientu aptaujas rezultātu aprēķini SPSS

Statistics

vecums

N	Valid	109
	Missing	0
Mean		29,03
Median		28,00
Mode		18
Std. Deviation		9,018
Variance		81,323
Range		40
Minimum		16
Maximum		56

Descriptives

dzimums			Statistic	Std. Error
vecums	vīrietis	Mean	29,26	,895
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	27,48
			Upper Bound	31,04
		5% Trimmed Mean	28,87	
		Median	28,00	
		Variance	68,027	
		Std. Deviation	8,248	
sieviete		Mean	28,21	2,350
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	23,35
			Upper Bound	33,07
		5% Trimmed Mean	27,31	
		Median	27,50	
		Variance	132,520	
		Std. Deviation	11,512	

1.jautājums – svarīgākie faktori autoskolas izvēlē

	N	Minimum	Maximum	Sum
teorijas_cena	109	1	8	442
braukšanas_cena	109	1	8	442
atbrašanās_vieta	109	1	8	454
atsauksmes	109	1	8	363
info_pieejamība	109	1	8	516
nodarb_laiki	109	1	8	474
atpazīstamība	109	1	8	560
stāvlaukums	109	1	8	673
Valid N (listwise)	109			

2.jautājums - Kā_uzzināja?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid draugi,radi ieteica	75	68,8	68,8	68,8
no reklāmas avīzē	2	1,8	1,8	70,6
meklēju internetā	17	15,6	15,6	86,2
Cits	15	13,8	13,8	100,0
Total	109	100,0	100,0	

3.jautājums - Kuru_reizi apmeklē?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.reizi	86	78,9	78,9	78,9
2.reizi	19	17,4	17,4	96,3
3.reizi un vairāk	4	3,7	3,7	100,0
Total	109	100,0	100,0	

4.jautājums – zīmola īpašību vērtēšana

		Statistic	Std. Error
Dārgs_lēts_zīmols	Mean	3,05	,091
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2,87
		Upper Bound	3,23
	5% Trimmed Mean	3,09	

Median	3,00
Variance	,896
Std. Deviation	,947

		Statistic	Std. Error	
moderns_klasisks	Mean	3,12	,105	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2,91	
		Upper Bound	3,33	
	5% Trimmed Mean	3,15		
	Median	3,00		
	Variance	1,199		
	Std. Deviation	1,095		
atpazīstams_mazpaz	Mean	2,22	,095	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2,03	
		Upper Bound	2,41	
	5% Trimmed Mean	2,22		
	Median	2,00		
	Variance	,988		
	Std. Deviation	,994		
uzticams_neuzticams	Mean	2,06	,097	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,86	
		Upper Bound	2,25	
	5% Trimmed Mean	2,04		
	Median	2,00		
	Variance	1,015		
	Std. Deviation	1,008		

5.jautājums – faktori autoskolas izvēlē

		Statistic	Std. Error	
vakars-nod_laiks	Mean	4,28	,081	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,12	
		Upper Bound	4,45	
	5% Trimmed Mean	4,35		

	Median		5,00	
	Variance		,724	
	Std. Deviation		,851	
rīts_nod_laiks	Mean		2,12	,102
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	1,92	
	Mean	Upper Bound	2,32	
	5% Trimmed Mean		2,04	
	Median		2,00	
	Variance		1,143	
	Std. Deviation		1,069	
ciņu_skolu_piedāv	Mean		2,83	,082
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	2,66	
	Mean	Upper Bound	2,99	
	5% Trimmed Mean		2,83	
	Median		3,00	
	Variance		,738	
	Std. Deviation		,859	
labas_atsauksmes	Mean		4,10	,065
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3,97	
	Mean	Upper Bound	4,23	
	5% Trimmed Mean		4,12	
	Median		4,00	
	Variance		,462	
	Std. Deviation		,680	
apmācību_cena	Mean		3,99	,066
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3,86	
	Mean	Upper Bound	4,12	
	5% Trimmed Mean		4,01	
	Median		4,00	
	Variance		,472	
	Std. Deviation		,687	
izdevīga_atrašanās	Mean		3,98	,081
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3,82	
	Mean	Upper Bound	4,14	
	5% Trimmed Mean		4,02	

	Median		4,00	
	Variance		,722	
	Std. Deviation		,850	
slikta_pieredze_citur	Mean		2,46	,101
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	2,26	
	Mean	Upper Bound	2,66	
	5% Trimmed Mean		2,42	
	Median		3,00	
	Variance		1,121	
	Std. Deviation		1,059	

6.jautājums – novērtējiet pasniedzēja darba kvalitāti

		Statistic	Std. Error
CSN_pasniegšana	Mean	2,27	,088
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	2,09
	Mean	Upper Bound	2,44
	5% Trimmed Mean	2,36	
	Median	3,00	
	Variance	,845	
	Std. Deviation	,919	
sniegtā_tehn_info	Mean	2,02	,103
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	1,81
	Mean	Upper Bound	2,22
	5% Trimmed Mean	2,14	
	Median	2,00	
	Variance	1,166	
	Std. Deviation	1,080	
paskaidrojošie_zīm	Mean	2,37	,085
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	2,20
	Mean	Upper Bound	2,54
	5% Trimmed Mean	2,47	
	Median	3,00	
	Variance	,790	
	Std. Deviation	,889	
pieejamā_palīgtehnika	Mean	1,72	,143

	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,44	
		Upper Bound	2,01	
	5% Trimmed Mean		1,89	
	Median		2,00	
	Variance		2,238	
	Std. Deviation		1,496	
pasniedzēja_izturēšanās	Mean		2,39	,089
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2,21	
		Upper Bound	2,56	
	5% Trimmed Mean		2,48	
	Median		3,00	
	Variance		,869	
	Std. Deviation		,932	
pasniedzēja_viz_tēls	Mean		2,53	,070
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2,39	
		Upper Bound	2,67	
	5% Trimmed Mean		2,59	
	Median		3,00	
	Variance		,529	
	Std. Deviation		,727	

Sadalījumā pēc kategorijām

kat.		Statistic	Std. Error
CSN_pasniegšana	B	Mean	2,20
		95% Confidence Interval for Mean	,103
		Lower Bound	1,99
		Upper Bound	2,41
		5% Trimmed Mean	2,22
		Median	2,00
		Variance	,531
		Std. Deviation	,728
	C,CE	Mean	2,67
		95% Confidence Interval for Mean	,098
		Lower Bound	2,47
		Upper Bound	2,86
		5% Trimmed Mean	2,74
		Median	3,00

	Variance		,343	
	Std. Deviation		,586	
D,DE	Mean		1,78	,288
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,19	
		Upper Bound	2,38	
	5% Trimmed Mean		1,87	
	Median		2,00	
	Variance		1,905	
	Std. Deviation		1,380	

7.jautājums – novērtējiet instruktora darba kvalitāti

kat.		Statistic	Std. Error	
situācijas_izskaidrošana	B	Mean	2,06	,129
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,80
			Upper Bound	2,32
		5% Trimmed Mean	2,11	
		Median	2,00	
		Variance	,833	
		Std. Deviation	,913	
C,CE		Mean	2,17	,141
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,88
			Upper Bound	2,45
		5% Trimmed Mean	2,19	
		Median	2,00	
		Variance	,714	
		Std. Deviation	,845	
D,DE		Mean	1,43	,319
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,77
			Upper Bound	2,10
		5% Trimmed Mean	1,53	
		Median	1,00	
		Variance	2,348	
		Std. Deviation	1,532	

braukšanas_m_izvēle	B	Mean		2,00	,131
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,74	
			Upper Bound	2,26	
		5% Trimmed Mean		2,04	
		Median		2,00	
		Variance		,857	
		Std. Deviation		,926	
C,CE		Mean		2,00	,164
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,67	
			Upper Bound	2,33	
		5% Trimmed Mean		2,06	
		Median		2,00	
		Variance		,971	
		Std. Deviation		,986	
D,DE		Mean		1,52	,301
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,90	
			Upper Bound	2,15	
		5% Trimmed Mean		1,63	
		Median		1,00	
		Variance		2,079	
		Std. Deviation		1,442	

8.jautājums - auto_nodarbībām

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MAN	34	31,2	31,2	31,2
	Neoplan	25	22,9	22,9	54,1
	Toyota corolla	26	23,9	23,9	78,0
	VW Golf	17	15,6	15,6	93,6
	VW Passat	4	3,7	3,7	97,2
	BMW	3	2,8	2,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

9.jautājums – automašīnas tehniskā un vizuālā stāvokļa novērtējums

kat.			Statistic	Std. Error
auto_tehn_stāv	B	Mean	2,02	,138

		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,74	
			Upper Bound	2,30	
		5% Trimmed Mean		2,11	
		Median		2,00	
		Variance		,959	
		Std. Deviation		,979	
	C,CE	Mean		1,61	,145
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,32	
			Upper Bound	1,91	
		5% Trimmed Mean		1,63	
		Median		1,50	
		Variance		,759	
		Std. Deviation		,871	
	D,DE	Mean		,78	,259
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,25	
			Upper Bound	1,32	
		5% Trimmed Mean		,81	
		Median		1,00	
		Variance		1,542	
		Std. Deviation		1,242	
auto_viz_stäv	B	Mean		2,08	,145
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,79	
			Upper Bound	2,37	
		5% Trimmed Mean		2,18	
		Median		2,00	
		Variance		1,055	
		Std. Deviation		1,027	
	C,CE	Mean		1,28	,181
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,91	
			Upper Bound	1,64	
		5% Trimmed Mean		1,31	
		Median		1,00	
		Variance		1,178	
		Std. Deviation		1,085	
	D,DE	Mean		,61	,257

		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,08	
			Upper Bound	1,14	
		5% Trimmed Mean		,57	
		Median		1,00	
		Variance		1,522	
		Std. Deviation		1,234	
auto_tīrība	B	Mean		1,92	,159
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,60	
			Upper Bound	2,24	
		5% Trimmed Mean		2,02	
		Median		2,00	
		Variance		1,259	
		Std. Deviation		1,122	
	C,CE	Mean		1,86	,133
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,59	
			Upper Bound	2,13	
		5% Trimmed Mean		1,85	
		Median		2,00	
		Variance		,637	
		Std. Deviation		,798	
	D,DE	Mean		,91	,273
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,35	
			Upper Bound	1,48	
		5% Trimmed Mean		,95	
		Median		1,00	
		Variance		1,719	
		Std. Deviation		1,311	

10.jautājums – novērtēt apkalpojošo personālu birojā

		Statistic	Std. Error
personāls_pretimn	Mean	1,24	,066
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,11
		Upper Bound	1,37
	5% Trimmed Mean	1,29	
	Median	1,00	

	Variance		,480	
	Std. Deviation		,693	
smaids	Mean		1,02	,070
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,88	
		Upper Bound	1,16	
	5% Trimmed Mean		1,04	
	Median		1,00	
	Variance		,537	
	Std. Deviation		,733	
personāls_sniedz_info	Mean		1,30	,060
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,18	
		Upper Bound	1,42	
	5% Trimmed Mean		1,35	
	Median		1,00	
	Variance		,398	
	Std. Deviation		,631	
laba_atmosfēra	Mean		1,18	,061
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,06	
		Upper Bound	1,31	
	5% Trimmed Mean		1,22	
	Median		1,00	
	Variance		,410	
	Std. Deviation		,641	
ātra_apkalpošana	Mean		1,24	,071
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,10	
		Upper Bound	1,38	
	5% Trimmed Mean		1,29	
	Median		1,00	
	Variance		,554	
	Std. Deviation		,744	

11.jautājums – iemesli kādēļ ieteiktu autoskolu citiem

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kvalitāte	54	49,5	49,5	49,5
	Pievilcīgās cenas	2	1,8	1,8	51,4
	Atrašanās vieta	1	,9	,9	52,3
	Personāla profesionalitāte, info	6	5,5	5,5	57,8
	Kval/cena/vieta/info	7	6,4	6,4	64,2
	kval/cenas	8	7,3	7,3	71,6
	kval/vieta	4	3,7	3,7	75,2
	kval/cena/vieta	2	1,8	1,8	77,1
	cenas/vieta	1	,9	,9	78,0
	vieta/info	1	,9	,9	78,9
	nav atbildes	20	18,3	18,3	97,2
	kval/info/cena	3	2,8	2,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

4.pielikums. Ekspertanketa par klientu skaitu autoskolā

Ekspertanketa

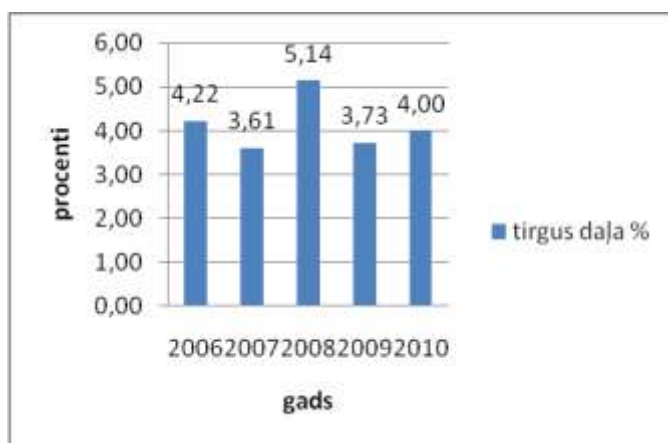
Ekspertanketa par autovadītāju apmācības pakalpojumu pieprasījumu 2011.-2013.gadam un autoskolas „Krasts” klientu skaitu 2011.-2013.gadam.

Cienījamais eksperts! Latvijas Universitātes 4.kursa studente bakalaura darba ietvaros veic ekspertu aptauju. Anketas mērķis ir noskaidrot pieprasījumu pēc autovadītāju apmācības pakalpojuma Rīgā un Pierīgā tuvākajiem 3 gadiem un prognozēt autoskolas klientu skaitu 2011.gadam.

Lūdzu sniedziet atbildes uz katru jautājumu pirms tam iepazīstoties ar visu sniegto papildus informāciju!

1. Lūdzu prognozējiet autoskolas „Krasts” tirgus daļu 2011.-2013.gadam! Attēlā sniegts ieskats autoskolas tirgus daļai no 2006.-2010.gadam.

Gads	Tirgus daļa %
2011.	
2012.	
2013.	



2. Lūdzu novērtējiet un uzrakstiet savu prognozi autovadītāju apmācības pakalpojumu skaitam Latvijā un Rīgā, kā arī cik liels būs Rīgā sniegto pakalpojumu skaita īpatsvars % 2011.-2013.gadam.

Gads	Latvija	Rīga	Rīgā iegūtās vadītāja apliecības % no Latvijas
2006	53 045	33152	62
2007	59 591	36946	62
2008	47 052	27823	59
2009	34 141	19528	57
2010	28 876	15882	55
2011*			
2012*			
2013*			
Vārds, Uzvārds			

Paldies par atbildēm!

5.pielikums. Ekspertanketas par klientu skaitu autoskolā apkopojums

Tirgus daļa

Gads	Eksperti				Vidējais	Me
	I	II	III	IV		
2011	3,5	3,8	4,2	3,5	3,7	3,6
2012	3,9	3,8	4,3	3,0	3,7	3,8
2013	4,3	4,0	4,4	3,0	3,9	4,1

Prognoze par Latviju

Gads	Eksperti				Vidējais	Me
	I	II	III	IV		
2011	29110	25800	28000	26000	27228	27000
2012	30565	20500	30000	27000	27016	28500
2013	32090	18000	32000	30000	28023	31000

Prognoze par Rīgu

Gads	Eksperti				Vidējais	Me
	I	II	III	IV		
2011	16301	14190	16500	13780	15193	15245
2012	16850	12095	18500	13500	15236	15175
2013	17750	10800	20500	15000	16013	16375

6.pielikums. HHI aprēķins 2006.-2010.g.

2006.g.				2007.g.			
Uzņēmums	Pakalpojumu skaits	tirgus daļa %	tirgus daļas kvadrāts	Uzņēmums	Pakalpojumu skaits	tirgus daļa %	tirgus daļas kvadrāts
1	6971	21,03	442,14	1	7999	21,65	468,74
2	3502	10,56	111,58	2	4618	12,50	156,23
3	4319	13,03	169,72	3	3900	10,56	111,43
4	3919	11,82	139,74	4	4000	10,83	117,21
5	3915	11,81	139,46	5	3938	10,66	113,61
6	3213	9,69	93,93	6	3075	8,32	69,27
7	1795	5,41	29,32	7	1990	5,39	29,01
8. Autoskola	1399	4,22	17,81	8. Autoskola	1333	3,61	13,02
9	743	2,24	5,02	9	710	1,92	3,69
10	208	0,63	0,39	10	945	2,56	6,54
11	262	0,79	0,62	11	320	0,87	0,75
12	242	0,73	0,53	12	283	0,77	0,59
13	151	0,46	0,21	13	215	0,58	0,34
14	285	0,86	0,74	14	363	0,98	0,97
15	273	0,82	0,68	15	306	0,83	0,69
16	243	0,73	0,54	16	309	0,84	0,70
17	159	0,48	0,23	17	214	0,58	0,33
18	229	0,69	0,48	18	162	0,44	0,19
19	189	0,57	0,33	19	179	0,48	0,23
20	45	0,14	0,02	20	180	0,49	0,24
21	25	0,08	0,01	21	234	0,63	0,40
22	167	0,50	0,25	22	201	0,54	0,30
23	64	0,19	0,04	23	127	0,34	0,12
24	110	0,33	0,11	24	169	0,46	0,21
25	108	0,33	0,11	25	121	0,33	0,11
26	18	0,05	0,00	26	309	0,84	0,70
27	92	0,28	0,08	27	108	0,29	0,09
28	85	0,26	0,07	28	143	0,39	0,15
29	83	0,25	0,06	29	68	0,18	0,03
30	84	0,25	0,06	30	84	0,23	0,05
31	86	0,26	0,07	31	86	0,23	0,05
32	83	0,25	0,06	32	88	0,24	0,06
33	85	0,26	0,07	33	83	0,22	0,05
34		0,00	0,00	34	11	0,03	0,00
35		0,00	0,00	35		0,00	0,00
36		0,00	0,00	36	12	0,03	0,00
37		0,00	0,00	37		0,00	0,00
38		0,00	0,00	38		0,00	0,00
39		0,00	0,00	39		0,00	0,00
40		0,00	0,00	40	57	0,15	0,02
41		0,00	0,00	41	6	0,02	0,00
42		0,00	0,00	42		0,00	0,00
43		0,00	0,00	43		0,00	0,00
Kopā	33152	100,00	1154,46	Kopā	36946	100,00	1096,12

2008.g.				2009.g.			
Uzņēmums	Pakalpojumu skaits	tirgus daļa %	tirgus daļas kvadrāts	Uzņēmums	Pakalpojumu skaits	tirgus daļa %	tirgus daļas kvadrāts
1	5032	18,09	327,11	1	3098	15,86	251,68
2	3658	13,15	172,86	2	3181	16,29	265,35
3	3594	12,92	166,86	3	2164	11,08	122,80
4	3150	11,32	128,18	4	2655	13,60	184,85
5	2795	10,05	100,92	5	1800	9,22	84,96
6	2164	7,78	60,50	6	1622	8,31	68,99
7	1213	4,36	19,01	7	490	2,51	6,30
8. Autoskola	1431	5,14	26,45	8. Autoskola	728	3,73	13,90
9	522	1,88	3,52	9	400	2,05	4,20
10	663	2,38	5,68	10	345	1,77	3,12
11	327	1,18	1,38	11	232	1,19	1,41
12	338	1,21	1,48	12	201	1,03	1,06
13	261	0,94	0,88	13	418	2,14	4,58
14	334	1,20	1,44	14	36	0,18	0,03
15	148	0,53	0,28	15	139	0,71	0,51
16	205	0,74	0,54	16	94	0,48	0,23
17	196	0,70	0,50	17	103	0,53	0,28
18	152	0,55	0,30	18	84	0,43	0,19
19	141	0,51	0,26	19	73	0,37	0,14
20	144	0,52	0,27	20	140	0,72	0,51
21	142	0,51	0,26	21	98	0,50	0,25
22	111	0,40	0,16	22	8	0,04	0,00
23	138	0,50	0,25	23	153	0,78	0,61
24	52	0,19	0,03	24	82	0,42	0,18
25	91	0,33	0,11	25	56	0,29	0,08
26	32	0,12	0,01	26	13	0,07	0,00
27	80	0,29	0,08	27	42	0,22	0,05
28	52	0,19	0,03	28	41	0,21	0,04
29	71	0,26	0,07	29	88	0,45	0,20
30	70	0,25	0,06	30	52	0,27	0,07
31	67	0,24	0,06	31	36	0,18	0,03
32	57	0,20	0,04	32	41	0,21	0,04
33	58	0,21	0,04	33	9	0,05	0,00
34	64	0,23	0,05	34	129	0,66	0,44
35		0,00	0,00	35	191	0,98	0,96
36	49	0,18	0,03	36	126	0,65	0,42
37	13	0,05	0,00	37	172	0,88	0,78
38	51	0,18	0,03	38	69	0,35	0,12
39	54	0,19	0,04	39	66	0,34	0,11
40	42	0,15	0,02	40	7	0,04	0,00
41	30	0,11	0,01	41	12	0,06	0,00
42	13	0,05	0,00	42	25	0,13	0,02
43	18	0,06	0,00	43	9	0,05	0,00
Kopā	27823	100,00	1019,82	Kopā	19528	100,00	1019,50

2010.gads			
Uzņēmums	Pakalpojumu skaits	tirgus daļa %	tirgus daļas kvadrāts
1	3072	17,55	307,91
2	3100	17,71	313,55
3	2000	11,42	130,51
4	2467	14,09	198,57
5	1569	8,96	80,32
6	1456	8,32	69,17
7	300	1,71	2,94
8. Autoskola	700	4,00	15,99
9	300	1,71	2,94
10	230	1,31	1,73
11	170	0,97	0,94
12	170	0,97	0,94
13	350	2,00	4,00
14	20	0,11	0,01
15	129	0,74	0,54
16	50	0,29	0,08
17	90	0,51	0,26
18	70	0,40	0,16
19	50	0,29	0,08
20	100	0,57	0,33
21	50	0,29	0,08
22	8	0,05	0,00
23	140	0,80	0,64
24	75	0,43	0,18
25	43	0,25	0,06
26	10	0,06	0,00
27	20	0,11	0,01
28	20	0,11	0,01
29	76	0,43	0,19
30	30	0,17	0,03
31	20	0,11	0,01
32	25	0,14	0,02
33	8	0,05	0,00
34	80	0,46	0,21
35	170	0,97	0,94
36	100	0,57	0,33
37	100	0,57	0,33
38	50	0,29	0,08
39	50	0,29	0,08
40	3	0,02	0,00
41	10	0,06	0,00
42	20	0,11	0,01
43	6	0,03	0,00
Kopā	17507	100,00	1134,19

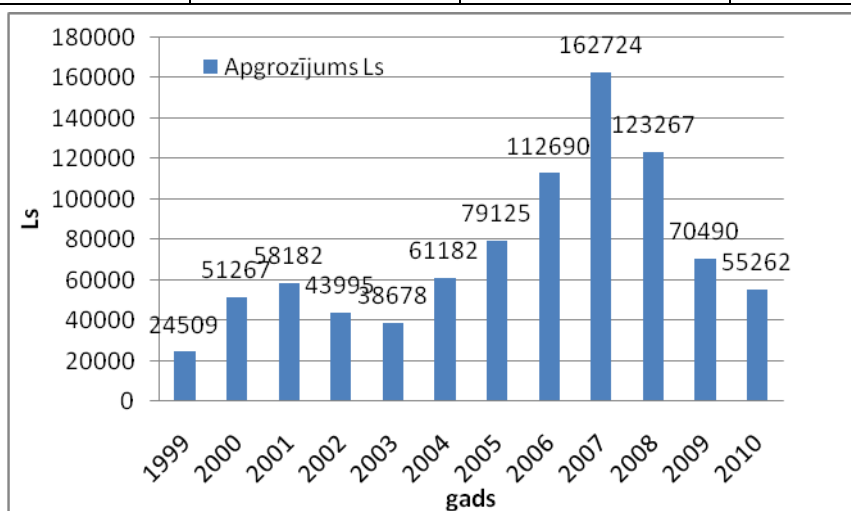
7.pielikums. Ekspertanketa par iespējamiem riskiem autoskolā I un II daļa

Ekspertanketa par iespējamiem riskiem autoskolā I daļa

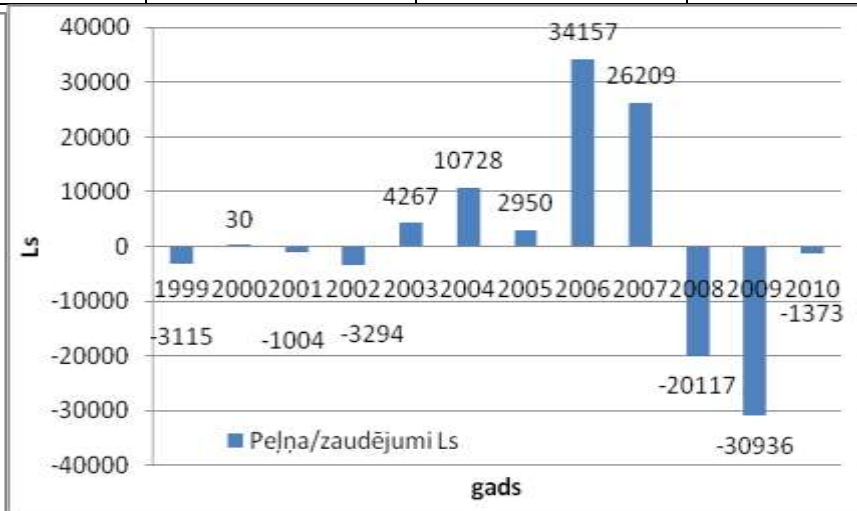
Cienījamais eksperts! Lūdzu Jūs piedalīties ekspertaptaujā, ko veic LU EVF studente bakalaura darba ietvaros. Ekspertanketas mērķis ir noskaidrot iespējamās autoskolas Krasts riskus, kas nākotnē varētu ietekmēt autoskolas darbību.

Jau iepriekš pateicos par veltīto laiku un sniegtajām atbildēm. Lūdzu izlasiet visu sniegto papildus informāciju un rūpīgi atbildiet!

<p>1. Lūdzu iepazīstīties ar attēlos sniegto informāciju un, novērtējot autoskolas Krasts līdzšinējo darbību, izvērtējiet autoskolas iespējamās riskus visās 5 risku grupās un katrai grupai uzrakstiet vismaz divus iespējamās riskus pēc Jūsu domām.</p>	<p>I Finanšu riski</p>	<p>II Komerčiālie riski</p>	<p>III Tirdzniecības riski</p>	<p>IV Cilvēciskā riska faktori</p>	<p>V Riski, kas saistīti ar dabu</p>	<p>Vieta komentāriem</p>
--	------------------------	-----------------------------	--------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------



Attēls 1. Autoskolas Krasts apgrozījums Ls 1999-2010.g.

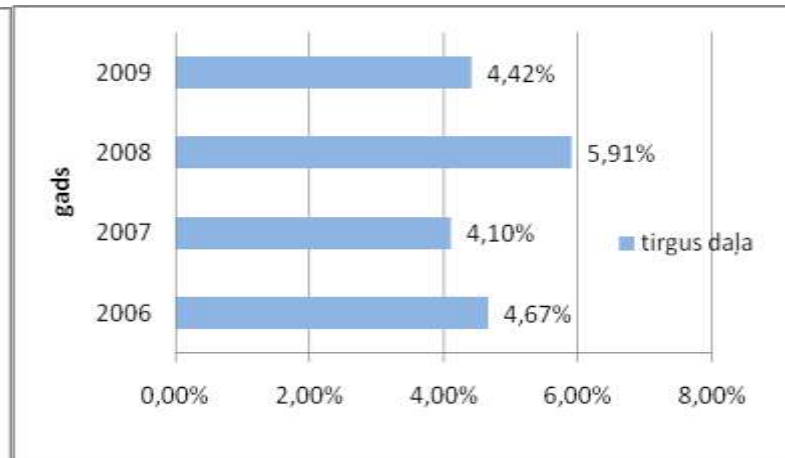
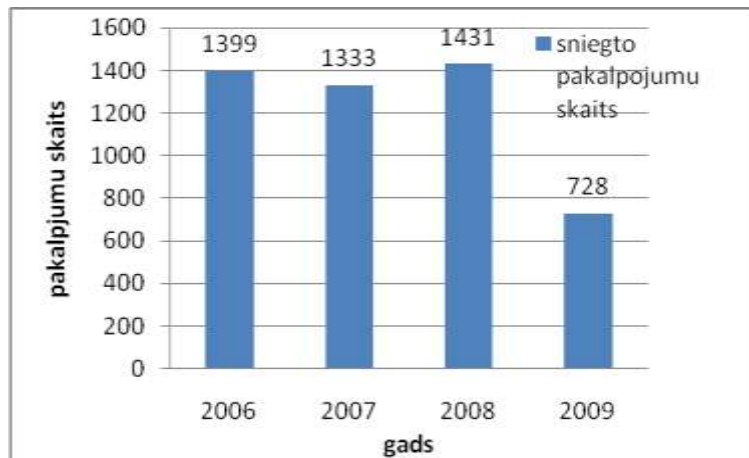


Attēls 2. Autoskolas peļņa/zaudējumi Ls 1999-2010.g.

2. Lūdzu novērtēties risku iestāšanās varbūtību autoskolai Krasts, izmantojot blakus norādītās tabulas vērtējumus no 0 – 4.

	Finanšu riski
	Komerciālie riski
	Tirgus riski
	Cilvēciskā faktora riski
	Dabas riski
<i>Vieta komentāriem</i>	

Vērtējumu sistēma	Riska varbūtība	Riska iedarbība
4	Risks ir ļoti iespējams	Katastrofiska
3	Risks ir iespējams	Kritiska
2	Risks ir pa pusei iespējams (50/50)	Nopietna
1	Risks nav izslēgts	Maznozīmīga
0	Risks nav iespējams	Nenozīmīga



Vārds, Uzvārds	Uzņēmums	Amats	Izglītība	Darba stāžs autoskolā
----------------	----------	-------	-----------	-----------------------

Ekspertanketa par iespējamiem riskiem autoskolā II daļa

Cienījamais eksperts! Lūdzu Jūs piedalīties ekspertaptaujas II daļā! Ekspertaptaujas mērķis ir noskaidrot risku lielumu autoskolai Krasts. Jau iepriekš pateicos par sniegtajām atbildēm un veltīto laiku!

1. Lūdzu saranžējiet riskus pēc to svarīguma autoskolai Krasts! Risks, kas Jūsprāt autoskolai ir vislielākais iespējamais atzīmējiet ar skaitli **1**, bet vismazāk iespējams ar **8**! Lūdzu sniedziet komentārus savai izvēlei!

Rangs	Risks	Komentārs
	Negodīga konkurence	
	Darbinieku lojalitātes samazināšanās	
	Ugunsnelaimes	
	Nodokļu palielināšana	
	Klientu maksātnespēja	
	Apgrozāmo līdzekļu trūkums	
	Pieprasījuma samazināšanās	
	Sniegtā pakalpojuma apgrozības izdevumu pieaugums	

Jūsu vārds, uzvārds	
---------------------	--

8.pielikums. Ekspertanketas par riskiem autoskolā rezultātu apkopojums

Ekspertanketas I daļas apkopojums

Risku grupas	Ekspertu vērtējumi				Vidējais eksp.vērtēj.	Mo	Me
	I	II	III	IV			
<i>Finanšu riski</i>	3	3	1	4	2,75	3	3
<i>Komerčiālie riski</i>	2	3	2	4	2,75	2	2,5
<i>Tirgus riski</i>	2	3	3	3	2,75	3	3
<i>Cilvēciskā faktora riski</i>	1	3	2	1	1,75	1	1,5
<i>Dabas riski</i>	1	0	0	1	0,5	0 vai 1	0,5

Ekspertu novērtējumi risku grupām

Risku grupas	Ekspertu vērtējumi				Vidējais eksp.vērtēj.	Mo	Me
	I	II	III	IV			
<i>Finanšu riski</i>	3	3	1	4	2,75	3	3
<i>Komerčiālie riski</i>	2	3	2	4	2,75	2	2,5
<i>Tirgus riski</i>	2	3	3	3	2,75	3	3
<i>Cilvēciskā faktora riski</i>	1	3	2	1	1,75	1	1,5
<i>Dabas riski</i>	1	0	0	1	0,5	0 vai 1	0,5

Ekspertanketas II daļas apkopojums		Risku svarīguma rangu noteikšanas tabula							
Eksperti	Riski								Eksperta vērtējumu kopsumma
	Negodīga konkurence	Darbinieku lojalitātes samazināšanās	Ugunsnelaimes	Nodokļu palielināšana	Klientu maksātspēja	Apgrozāmo līdzekļu trūkums	Pieprasījuma samazināšanās	Izdevumu pieaugums	
I	2	3	8	6	1	7	4	5	36
II	3	8	7	2	4	6	1	5	36
III	4	8	7	5	3	2	1	6	36
IV	7	5	8	1	2	3	6	4	36
Kopējais svarīguma rangs	16	24	30	14	10	18	12	20	144
n=	4	m=		8					
$\bar{a}_{ij} =$	18	(kopīgā novērtējuma vidējais aritmētiskais)							
W=	0,4524	(konkordences koeficients)							
$X^2 =$	12,67								
$X^2_{KR} =$ X^2 0,05=	14,0671	(pēc tabulas)							

Teorētiskā ekspertu viedokļu šķēluma tabula

Eksperti	Riski								Eksperta vērtējumu kopsumma
	Negotīga konkurence	Darbinieku lojalitātes samazināšanās	Ugunsnelaimes	Nodokļu palielināšana	Klientu maksātspēja	Apgrozāmo līdzekļu trūkums	Pieprasījuma samazināšanās	Izdevumu pieaugums	
I	4	6	7,5	3,5	2,5	4,5	3	5	36
II	4	6	7,5	3,5	2,5	4,5	3	5	36
III	4	6	7,5	3,5	2,5	4,5	3	5	36
IV	4	6	7,5	3,5	2,5	4,5	3	5	36
Kopējais svarīguma rangs	16	24	30	14	10	18	12	20	144
$X^2=$	23,6683	(novērotā vērtība)							
$X^2_{KR}=$ $X^2(3*7);$ 0,05	32,6706	(pēc tabulas)							

DOKUMENTĀRĀ LAPA

Bakalaura darbs „Autoskolas saimnieciskās darbības analīze” izstrādāts LU Ekonomikas un vadības fakultātē.

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

Autore: Sanita Štāle

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Zin.darba vadītājs: lekt.M.Danusēvičs

Recenzents: docente Dž.Dimante

Darbs iesniegts ESVTM katedrā

Metodiķe: Zanda Nilendere

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē

prot.Nr._____, vērtējums:_____

Bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sekretārs: lekt.M.Danusēvičs