

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
EKONOMIKAS UN VADĪBAS FAKULTĀTE
FINANŠU INSTITŪTS

PROJEKTS VIESU NAMA „KREIĻI” IZVEIDOŠANA

MAĢISTRA DARBS

Autors: profesionālās augstākās izglītības maģistra
studiju programmas

Finanšu ekonomika

nepilna laika klātienēs students

Simona Jukseja

Stud. apl. Nr. FinV 010561

Darba vadītāja: Dr. oec., profesore Elvīra Zelgalve

RĪGA 2006

Saturs

Anotācijas	3.lpp.
1. Vispārēja informācija par viesu namu „Kreiļi	14.lpp.
2. Uzņēmuma vadība	17.lpp.
3. Tūrisma nozares raksturojums	19.lpp.
3.1 Tūrisma nozare Latvijā	19.lpp.
3.2 Esošās kvalitātes situācijas tūrisma jomā Latvijā raksturojums	23.lpp.
3.3 Tūrisma loma Latvijas ekonomikā	25.lpp.
3.4 Tūrisms – perspektīva nozare	30.lpp.
3.5 Tūrisma attīstība Cēsīs	35.lpp.
4. Darbības raksturojums, produkti, pakalpojumi	40.lpp.
4.1 Viesu nama „Kreiļi” piedāvātie pakalpojumi	40.lpp.
4.2 Viesu nama „Kreiļi” piedāvāto pakalpojumu raksturojums	41.lpp.
5. Mārketinga plāns	44.lpp.
5.1 Paredzamā pakalpojuma būtiskāko noieta tirgu raksturojums	44.lpp.
5.2 Prognozējamā tirgus daļa, kuru ieņems uzņēmums. Faktoru, kas nosaka uzņēmuma konkurētspēju konkrētajā tirgū analīze	50.lpp.
5.3 Iespējamie būtiskākie konkurenti, to tirgus daļas un attīstības prognozes	53.lpp.
6. Projekta realizācijas izklāsts.	57.lpp.
6.1 Projekta mērķis (īstermiņā un ilgtermiņā un uzdevumi, lai tos sasniegtu).	57.lpp.
6.2 Projekta paredzamais rezultāts.	58.lpp.
6.3 Projekta realizācijas vieta	59.lpp.
6.4 Projekta realizācijai nepieciešamie tehniskie līdzekļi.	59.lpp.
6.5 Uzņēmuma resursi.	60.lpp.
6.6 Plānotā projekta līdzfinansējums.	60.lpp.
6.7 Pieprasījuma prognoze attiecīgajiem pakalpojumiem	61.lpp.
7. Finanšu plāns.	62.lpp.
7.1 Uzņēmuma ieņēmumu aprēķins.	62.lpp.
7.2 Uzņēmuma izmaksu aprēķins	67.lpp.
7.3 Peļņas un zaudējumu aprēķins un bilance 2008.gads	75.lpp.
7.4 Peļņas un zaudējumu aprēķins un bilance 2009.gads	76.lpp.
8. Riski un to mazināšanas pasākumi	78.lpp.
Izmantotās literatūras un avotu saraksts	80.lpp.

Anotācija.

Eiropā un visā pasaulē tūrisms ir viena no vadošajām un visstraujāk augošajām nozarēm un tiek uzskatīts par stratēģisku ekonomiskās attīstības un nodarbinātības prioritāti. Saskaņā ar Pasaules Tūrisma organizācijas (PTO) statistikas datiem, tūrisms ir pasaulē lielākais eksporta ienākumu avots, ar nozīmīgu darbavietu, skaitu, kā arī svarīgs reģionālās un sociālās attīstības faktors. Tūrisms un ar to saistītās nozares veido 10.4% no pasaules IKP, ar 200 milj. nodarbināto un gandrīz 700 milj. starptautisko tūristu katru gadu.

Eiropa ir visvairāk apmeklētais tūrisma reģions pasaulē, to apmeklē 60% no starptautiskajiem ceļotājiem pasaulē. Līdz 2020. gadam PTO prognozē starptautisko tūristu skaita palielināšanos par 3% katru gadu.

Latvijā tūrisms ir viena no visstraujāk augošākajām nozarēm. Tās pieauguma tempi pēdējos gados ir bijuši ievērojami augstāki nekā iekšzemes kopproduktam (IKP) vidēji.

Latvijā tūrismam ir ļoti liels potenciāls un ne jau tikai dēļ pievienošanās ES — ārvalstu tūristiem Latvija kā apskates vieta nebija pieejama, taču pēc neatkarības atgūšanas daudzi no viņiem Latviju zināmā mērā uzskata par eksotiku, kādu nav nācies redzēt citur. Turklāt Latvijā ir vairākas lietas, kas tūristiem šķiet sevišķi interesantas:

Atpūta, ko piedāvā Latvijas lauki, ir viena no modernākajām un ekoloģiskākajām Eiropā.

Pēdējo gadu rezultāti rāda, ka tūristu pieauguma ziņā Latvija ir vienā no pirmajām vietām Eiropā. 2004. gadā pieaugums bija 23 %, savukārt 2005. gadā jau 25 %. Līdz ar tūrismu attīstās arī infrastruktūra, serviss, un 2006. gada provizoriskie rezultāti rāda, ka temps ir saglabājies.

Centrālās statistikas pārvaldes dati liecina, ka šogad (2006. gadā) 1.cet salīdzinājumā ar 2005. gada attiecīgo ceturksni ārvalstu viesu skaits Latvijā palielinājies par 30 %. 2005. gadā, salīdzinot ar 2004. gadu, lauku tūristu pavadīto nakšu skaits lauku naktsmītnēs pieaudzis par 12 % un tiek prognozēts, ka šādi pieauguma tempi saglabāsies arī turpmākajos gados.

Tūrismu uzskata par sektoru ar attīstības potenciālu Cēsu rajonā. Pašreiz Cēsu rajons ir vienlīdz populārs vietējo un ārzemju tūristu vidū. Pēdējo gadu laikā ārzemju viesu nakšu skaits uz 1000 iedzīvotājiem palielinājies - rajons ieņem 14.vietu 51 Baltijas reģiona vidū (otrā līmeņa pašvaldības). Rajonam ir ne tikai spēcīgs pamats tūrisma attīstībai - bagāts dabas, kultūras un vēsturiskais mantojums, bet arī salīdzinoši labi attīstīta tūrisma infrastruktūra.

Cēsu rajonā 2005. gadā tūristu skaits palielinājies par vairāk nekā 19 %. 74 % Cēsu Tūrisma informācijas centra (TIC) apmeklētāju 2005. gadā bija ārzemju tūristi. Lielākā daļa (94 %) Cēsu TIC apkalpoto ārzemnieku ir bijuši Eiropas valstu iedzīvotāji (Vācija, Igaunija, Francija, Polija, Lielbritānija).

Maģistra darbā autore izstrādās projektu viesu nama „Kreiļi” izveidošanai, kas atradīsies dibinātājiem piederošajā īpašumā Cēsu rajonā.

Mērķis ir izstrādāt projektu viesu nama „Kreiļi” dibināšanai un tā darbības plānošana līdz 2008. gada slēpošanas sezonas sākumam, kura klienti būs slēpotāji – ģimenes ar vidējiem un augstiem ienākumiem, kas apmeklēs slēpošanas trases Cēsīs un tuvākajā apkaimē, tādējādi nodrošinot viesu namam „Kreiļi” ikgadējo peļņas pieaugumu par 10 %.

Tā kā Viesu nams „Kreiļi” būs jaunizveidots uzņēmums, tad uzņēmuma sākotnējais un primārais mērķis ir kļūt atpazīstamam lauku tūrisma pakalpojumus sniedzošo uzņēmumu vidū (Cēsu rajona apkaimē, jo tuvāk esošie uzņēmumi ir potenciālie konkurenti), gūt peļņu un klientu atzinību, lai klienti labprātāk atgrieztos atkārtoti un šo viesu namu ieteiktu saviem draugiem, radiem un paziņām.

Īstenojamie mērķi:

- veiksmīgi uzsākt uzņēmējdarbību tūrisma pakalpojumu sfērā;
- būt konkurētspējīgiem, piedāvājot dažādus klientu prasībām atbilstošus pakalpojumus;
- nostiprināt savu vietu tirgū;
- gūt klientu atzinību, jo labākā reklāma ir paši klienti;
- gūt peļņu.

Viesu nama darbības uzsākšana tiek plānota 2008. gada ziemas sezonas sākumā, jo Cēsu pilsētas apkaimē ir daudz iespējamo slēpošanas vietu, kuras ik gadu apmeklē ne vien Latvijas iedzīvotāji, bet iecienījuši ir arī kaimiņvalstu iedzīvotāji, jo īpaši lietuvieši, tāpēc ļoti svarīgi, lai šo vietu apkaimē būtu pēc iespējas vairāk vietu, kur tūristiem apmesties.

Ziemas periodā, viena no pazīstamākajām aktivitātēm klientu vidū ir slēpošana, braukšana ar snobordu u.c. Vietā, kur tiek plānots uzsākt savu uzņēmējdarbību un izveidot viesu namu „Kreiļi” ir ģeogrāfiski tuvu 4 kalniem (Lāču kalni, Andrēnkalns, Žagarkalns un Kārļi), kas atrodas Vidzemes novadā. Līdz ar to, var plānot, ka viesu apmeklējums būs pietiekošs, jo vasaras sezonā klienti labprātāk izvēlas atpūtas vietas pie ūdeņiem, savukārt ziemā aktīvāka ir slēpošana. Kā arī pa ziemas sezonu līdz vasaras sezonai būs viesu nams no klientu puses jau iepazīts un novērtēts.

Lai sasniegtu mērķi, jāveic sekojoši uzdevumi:

1. sniegt vispārējo informāciju par uzņēmumu;
2. izpētīt tūrisma nozares attīstību Latvijā, kā arī tautsaimniecības attīstības perspektīvas Latvijas ekonomikā;
3. veikt analīzi tūrisma attīstībai Cēsīs un Cēsu rajonā;

4. veikt analīzi līdzīgu uzņēmumu darbības izpēti, lai plānotu sava uzņēmuma darbību;
5. vienlaicīgi ar analīzes veikšanu plānot viesu nama „Kreiļi” specifiku, lai konkurētu ar konkurentiem;
6. veikt izpēti par iespējami potenciālajiem konkurentiem, lai piedāvātu atšķirīgus pakalpojumus;
7. veikt izpēti par iespējami potenciālajiem klientiem, līdz ar to veidojot interesantāku piedāvājumu klientiem, atšķirībā no konkurentiem;
8. veikt uzņēmuma finanšu analīzi (iespējamus ieņēmumus, izdevumus, naudas plūsmas pārskatu, peļņas un zaudējumu aprēķinu un bilanci);
9. raksturot uzņēmuma svarīgākos riskus un to samazināšanas pasākumus.

Viesu nams „Kreiļi”, atradīsies ģeogrāfiski labā vietā, 3 km attālumā no Cēsu pilsētas centra, Cēsu rajonā, Drabešu pagastā, saimniecībā „Kreiļi”. Zemes kopplatība ha ir 1 543 m².

Dibinātājiem piederošajā īpašumā tiks atjaunota saimniecības ēka divos stāvos, kur būs viesu nams. Atpūtniekiem viesu namā “Kreiļi” tiks piedāvāta iespēja iznomāt piecas divvietīgas istabas ar papildus iespēju nepieciešamības gadījumā ievietot papildus guļamos matračus. Istabas atradīsies otrajā stāvā, kur koridorā būs pieejama gan tualete, gan dušas telpa.

Pirmajā stāvā būs kamīnzāle, kur būs iespējams atpūsties paskatīties televizoru, atpūtas telpa. Mājas piebūvē būs ērti aprīkota virtuve, kuru viesi varēs izmantot, lai pagatavotu sev ēdienu, kā arī ēdamistaba. Par virtuves un ēdamistabas izmantošanu papildus samaksa netiks prasīta.

Pirts atradīsies ārā netālu no viesu mājas, kurai blakus būs izrakts diķītis. Pirtij būs divi stāvi, kur pirmajā stāvā atradīsies pirts un dušas telpa, otrajā stāvā būs guļvietas uz matračiem, līdz ar to, pirtī būs iespējams svinēt nelielas svinības līdz 10 cilvēkiem (piem., dzimšanas dienas u.tml.). Pirti varēs izīrēt gan kopā ar otro stāvu, gan atsevišķi.

Pakalpojumu kvalitāte ir preces īpašību kopums, kas ir viens no galvenajiem instrumentiem konkurences cīņā. SIA „Kreiļi” piedāvātie pakalpojumi būs augstā kvalitātes līmenī. Pirmkārt, lai viesis justos labi, uzņēmuma darbinieki būs komunikabli, ar lielu gribasspēku, augstu darba motivāciju, lai viesi justos apmierināti.

Viens no kvalitātes galvenajiem rādītājiem viesu namā būs tā iekārtojums, mājīgi iekārtotās istabiņas un jaukā atmosfēra, kas valdīs viesu namā „Kreiļi”.

Pamatpakalpojumi, ko piedāvās viesu nams „Kreiļi”:

- naksmītnu iznomāšanu (divvietīgas istabas);
- viesu mājas iznomāšana;
- pirts iznomāšanu svinībām (kopā ar 2.stāvu + guļvietas);

- pirts (atsevišķi).

Kā papildus pakalpojumi viesu namā „Kreiļi” tiks piedāvāti:

- grila un tā piederumu iznomāšana;
- velosipēdu iznomāšana;
- iespēja iegādāties pirtsslotas un dažādu kosmētiku pirtij;
- pirtnieka pakalpojumi.

Tā kā uzņēmums būs pavisam jauns, tad uzņēmuma darbības sākuma stadijā, bez pašiem uzņēmuma dibinātājiem papildus tiek plānot pieņemt vēl divus darbinieku – palīgstrādniekus. Kopā tiks nodarbināti pieci darbinieki, t.sk. uzņēmuma līdzīpašnieki (dibinātāji), kas ieņems vadošos amatus (uzņēmuma vadītājs, saimniecības daļas vadītājs un grāmatvede), kuriem pieder šādas uzņēmuma daļas:

- Valdes priekšsēdētājs Kaspars Kurmītis – 50 %
- Valdes loceklis Jānis Kurmītis – 25 %
- Valdes locekle Janīna Kurmīte – 25 %

Uzņēmumā tiks veidots kopīgs vadīšanas stils – koleģiālais stils, tas nozīmē, lēmumu pieņemšana grupā (lēmumus kopīgi pieņems starp līdzīpašnieki).

Lai uzņēmums varētu veiksmīgi darboties sākuma posmā, tam nepieciešami dažāda veida finansu resursi. SIA “Kreiļi” līdzīpašnieki plāno finansēšanos no personīgā īpašuma un ieguldīt personīgos līdzekļus, kas veidos kopējo pamatkapitālu 34 000 Ls apmērā.

SIA “Kreiļi” plāno saņemt ilgtermiņa kredītu 15 000 Ls apmērā uz izdevīgiem noteikumiem no kredītiestādes, kā nodrošinājumu piedāvājot ķīlas tiesības uz nekustamo īpašumu, kas pieder līdzīpašniekiem. Kredītiestādes piešķirtie līdzekļi tiks izmantoti saimniecības ēkas atjaunošanai, kas tiks izmantota kā viesu māja un tās labiekārtošanai.

No prognozētās naudas plūsmas var secināt, ka uzņēmums jau pirmajā gadā veiksmīgi varēs samaksāt plānotos izdevumus un kredītsaistības.

Izvērtējot 2008. un 2009. gada naudas plūsmas pārskatus var secināt, ka uzņēmumam tiks veiksmīgi uzsākta uzņēmējdarbība, līdz ar to var plānot uzņēmuma paplašināšanu, kā arī radīt jaunas darba vietas un nodrošināt darbiniekiem lielāku atalgojumu.

Risks ir neveiksmju un materiālo zaudējumu iespējamība, kas uzņēmumam izveidojas nelabvēlīgu apstākļu rezultātā. Uzņēmējdarbība vienmēr ir pakļauta riskam, ko var izraisīt gan dabas faktori, gan izmaiņas ekonomikā un politikā, kā arī atsevišķa cilvēku negaidīta rīcība. Uzņēmumu pastāvīgi pavada nākotnes nepietiekamība par reālo situāciju tirgū, klientu finansiālo stāvokli u.c. Tāpat, kā jebkuram uzņēmumam, arī SIA „Kreiļi” darbībā var rasties zināmie riski. Tāpēc paredzot iespējamās problēmas uzņēmumā tiek izstrādāts pasākumu plāns, kas mazinātu

vai novērstu nelabvēlīgo faktoru iedarbības sekas. SIA „Kreļi” darbībā svarīgākie riski - ekonomiskie riski, politiskie riski, dabas riski, sociālie riski.

Annotation.

The tourism is the most important and the fastest growing area in the Europe and in the world and it's economic development priority. After the World Tourism organization dates, tourism is the biggest source of eksport income, work places, also factor of social and region development. Tourism forms 10.4 % from the world IKP, 200 millions workers and 700 millions tuorists every year.

There are the biggest count of tourists in the Europe, its visited by 60 % tourists. Until 2020 WTO think that this number will be bigger for 3 % every year.

In Latvija tourism grow up very quikly. This areas development is higher than IKP generally.

Tourism in Latvija is very important – not only because Latvija is a member of EU. Tourists from different countries compare Latvija with exotic place, which they couldn't see before. There are a lot of things in Latvija, what can be interesting to visit.

The rest in the countryside is the most fashionable in the Europe.

Latvija is one of countries, which are on the first places of tourism development. In 2004 it was 23 %, 2005 - 25 %. In 2006 we can see that this speed is kepted.

Statistic shows that dates from 2005 to 2006 were growing up for 30 %, but from 2004 to 2005 -for 12 %. And this speed will be kepted the same.

The best region for tourism in Latvija is Cēsu region. It is very popular among Latvian and foreign tourists. This region is on the 14th place among 51 Baltic regions. There are a lot of culture, nature and history places to visit.

In 2005 number of tourists in Cēsu region grew up more than 19 %. 74% of tourista were from Europe countries (Germany, Eesti, France, Poland, The UK).

The paper author worked with the project for guests house „ Kreiļi „ in Cēsu region.

The aim of the paper to make the project of guests house until skiing season for families with middle and high income, which will visit skiing places in Cesu region and which brings incomes 10 % every year.

So, this place is new and the most important aim to be well known in tourism area, specially in Cēsu region, because there are a lot of competitors, to get incomes and a lot of visitors, that they would like to go back anr recomend this place everybody.

The main aims:

- to start enterpreneurial succsesfully;
- to give clients different opportunities and to be competitive;

- to consolidate at the market economy;
- to get visitor's appreciation;
- to get incomes.

The start of the guests'house is planned in 2008 at the beginning of the skiing season. There are a lot of skiing places in Cēsu region, which are visited not only by Latvians, There go skiing tourists from other countries. So, it's very important to build a lot of guests houses for tourists.

In winter is very popular to go skiing and skating. Place for „Kreīļi” building is situated near 4 mountains (Lāču kalni, Andrēnkalns, Žagarkalns and Kārļi), they are in Vidzeme. We can hope that visiting of this place will be good, because in summer tourists enjoy rest at the water, but in winter they like skiing. So, from winter to summer all clients can evaluate this place.

To get the aim have to make these tasks:

1. to give general information about company;
2. to make research about tourism development in Latvija and Economic of Latvija;
3. to analyze development of tourism in Cēsis and Cēcu region;
4. to make research of other similar company to make better yourselves;
5. to analyze all areas to be competitive;
6. to make research about competitors for giving other opportunities for visitors;
7. to make more interesting opportunities different from other competitors;
8. to make economic research of company;
9. to describe the most important risks and how to make them less.

The guests house „Kreīļi” will be situated in very comfortable place, 3km from the centre of Cēsis, in Cēsu region, Drabeshu area, in Kreiļi, 1 543 m.

Owners going to rebuild a building of two floors. Visitors can rent five double rooms, there will be opportunity to rent some extra places. All the rooms will be on the second floor. In the hall will be a toilet and a shower.

On the first floor will be fireplace, there will be opportunity to have a rest, to watch TV. There will be a kitchen, where tourists can make meals. Also there will be dining hall. Clients wouldn't pay for this.

The bath house will be near. There will be a pond. In the bath house will be 2 floors. On the first floor bath house and showers, on the second – rooms. So, there can celebrate events (10 people). The bath house can rent with and without rooms.

SIA „Kreīļi” service industry will give high quality service. The main thing why- that all visitors to feel comfortable, so all workers will be communicable, with high motivation. One of the most important factor is comfortable rest places and nice atmosphere .

The main services:

- accomodation (double);
- rent of the guests house;
- rent of the bath house(with the second floor + sleeping places);
- rent of the bath house;

Extra services

- rent of the barbeque equipment
- rent of the bicycles
- to buy cosmetic for the bath house
- bath house attendant

This company will be new, so they going to take at this work two help wokers. Together there going to work five wokers:

- the head of administration Kaspars Kurmītis – 50 %
- the member of administration Jānis Kurmītis – 25 %
- the member of administration Janīna Kurmīte – 25 %

There going to make administration kollegues style, to get all solutions together. For succesfull work at the start the company have to get financial support. SIA „Kreiļi” administration think to invest privet money – 34000 Ls.

They going to borrow from the bank 15000 Ls and to give their property as garanty. This money going to invest in building reinovation .

From predictable money current, can summarize, that company in the first year successfully can pay disbursement and can be solvent.

After money current evaluation in 2008 and 2009 can summarize, that company going to start entrepreneurial successfully. So can plan widening of company, to make new work places and to give bigger salaries.

There also may be risk of material damages. But enterpreneurial is always subjects by risk – from nature factors, different economic situation, and dangerous people’s behavirou.

There can be other risks, for example klient’s economic situation. So, in the company is the plan of different tasks to make risks less or to give away consequences of the risk.

In SIA „Kreiļi” are the following risks:

- economic risk;
- politic risk;
- nature risk;
- social risk.

Аннотация.

Туризм одна из наиболее быстро развивающихся отраслей в Европе и в мире. Исходя из данных ВТО туризм самый большой источник дохода. с значительным количеством рабочих мест и важным фактором регионального и социального развития. Туризм составляет 10.4 % от мирового ИКП 200 млн. рабочих мест и почти 700 млн. туристов каждый год.

Европа самый посещаемый регион в мире. Ее посещают 60 % туристов. До 2020 года прогнозируется рост на 3-5 каждый год.

В Латвии туризм одна из наиболее быстро развивающихся отраслей. Темпы развития туризма в последние годы очень высоки.

В Латвии у туризма большой потенциал. Иностранцам обзор Латвии не был доступен. После обретения независимости Латвия для многих является экзотикой. В Латвии много мест интересующих туристов.

Отдых за городом один из самых модных и экологических.

Латвия на одном из первых мест по увеличению туризма. В 2004 году на 23 %. А в 2005 – 25%. С туризмом развивается инфраструктура 2006 год показал что темпы сохранились.

По сравнению с 2005 годом посещаемость выросла на 30 %. В свою очередь 2004 и 2005 года на 12 %.

Лучший регион для развития в Латвии – Цесисский район. Сейчас он популярен среди местных и иностранных туристов и занимает 14 место из 51 Балтийских регионов. В этом районе богатые исторические природные и исторические ресурсы.

В 2005 году число туристов выросло на 19 %. 74 % - иностранцы. 94 % из Германии. Эстонии. Франции. Польши и Англии.

Автор работы разработала проект создания гостевого дома „Kreīji” в Цесисском районе.

Цель – разработать проект по созданию дома и планирование работы 2008 года начала сезона. Клиенты – семьи со средними и высокими доходами. Они посетят трассы в Цесис и в районе. принося доход 10%.

Так как это новое предприятие – первичная цель стать известными в этой сфере (в районе много конкурентов в этой сфере). завоевать признание клиентов и добыть прибыль.

Цели:

- Успешно начать предпринимательство
- Быть конкурентноспособными

- Укрепиться на рынке
- Добиться признания клиентов
- Заработать прибыль

План начала работы 2008 год в начале зимы. В районе очень много лыжных мест. Их посещают не только латвийцы. Поэтому важно создать места для начевки.

„Kreīļi” будут расположены в очень выгодном географически месте – рядом 4 горы и они находятся в Видземе. Прогнозируется хороший наплыв туристов.т.к. зимой катание на лыжах популярно.

Что бы достичь цели надо выполнить следующие задачи

1. дать информацию;
2. изучить развитие туризма в Латвии;
3. провести анализ развития туризма в Цесисе и районе;
4. провести анализ похожих для планирования работы;
5. планировать специфику работы и конкурентноспособность;
6. провести исследования конкурентов и предложить другие услуги;
7. предложить клиентам услуги отличные от конкурентов;
8. провести анализ финансов;
9. описать важнейшие риски и предприятия по устранению.

Географически место удобно – 3 км от центра города. В Цесисском районе. Драбешу уезде. Общая площадь га 1 543 м.

Будет обновлен 2 – этажный дом. В нем будет гостевой дом.где будут пять двухместных номеров. По надобности и с матрасами. В коридоре – туалет и душ.

На первом этаже камин и помещение для отдыха. Возможность пользоваться кухней. Дополнительно не платя.

Недалеко будет двухэтажная баня и пруд. Комнаты с матрасами на 2 этаже. На 1 этаже баня и души. Предлагается возможность праздновать 10 людям.(дни рождения и т.т.) Баню можно арендовать отдельно.

Качество услуг – главное оружие в борьбе с конкурентами. Поэтому услуги будут высокого качества. Что бы гостям было уютно – работники будут общительные. С чувством ответственности.

Один из показателей качества будет обстановка.атмосфера и уютные комнаты.

Основные услуги

- аренда жилья;
- аренда дома;

- аренда бани;
- аренда бани без комнат.

Дополнительные услуги

- аренда для гриля;
- аренда велосипедов;
- покупка веников для бани;
- услуги банщика.

Планируется 2 работника помощника. В общем будет работать 5 человек. В том числе и руководство. Им принадлежат доли предприятия

- Председатель правления Каспарс Курмитис – 50 %
- Член правления Янис Курмитис – 25 %
- Член правления – Янина Курмите – 25 %

Стиль правления – коллегиальный – принятие решений в группе.

Необходимы так же финансовые ресурсы. В планах использовать деньги из личного имущества и вложить 34000 лат.

Так же планируется взять долгосрочный кредит 15000 лат на выгодных условиях. Залог – личная недвижимость. Средства пойдут на реконструкцию и обустройство здания.

Исходя из прогнозируемой прибыли можно сделать вывод – уже в первый год успешно оплатятся расходы и кредиты.

Оценив доход 2008 и 2009 годов можно сделать вывод что деятельность начата успешно и можно планировать расширение. А так же создать новые места и более высокую зарплату.

Существует риск потерь из-за неблагоприятных условий. Предпринимательство всегда под фактором риска – природы, экономики, политики и неожиданных действий. Поэтому разработан план который предостережет от риска или уменьшит его.

Самые важные риски:

- Экономический
- Политический
- Природный
- Социальный

1. Vispārējā informācija par viesu namu „Kreiļi”.

Uzņēmuma nosaukums, juridiskā forma.

Uzņēmējdarbības pilns nosaukums ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Kreiļi”. SIA – slēgta tipa kapitālsabiedrība ar juridiskas personas tiesībām, kuras pamatkapitālu veido dalībnieku ieguldītais īpašums – daļas.[1]

Uzņēmuma pamatkapitāls.

Uzņēmuma pamatkapitāls 2000 LVL (divi tūkstoši latu).

Juridiskā adrese: Drabešu pagasts, Cēsu rajons „Keiļi”.

Uzņēmuma dibinātāji.

Uzņēmumam ir trīs dibinātāji:

Valdes priekšsēdētājs – Kaspars Kurmītis – 50 %

Valdes loceklis Jānis Kurmītis – 25 %

Valdes loceklis Janīna Kurmīte – 25 %

Uzņēmējdarbības uzsākšanas finansēšanu nodrošinās dibinātāju ieguldītie līdzekļi, kas sastāv no mantiskā ieguldījuma un personisko līdzekļu ieguldījuma, sadalot attiecīgās daļās.

Uzņēmuma darbības veids (nozare).

SIA „Kreiļi” nodarbosies ar pakalpojumu sniegšanu tūrisma jomā.

Specializācija.

Uzņēmums galvenokārt specializēsies uz atpūtnieku (tūristu) uzņemšanu. Viesu nams būs mūra ēkā ar diviem stāviem.

Mājā klientiem būs pieejamas sekojošas telpas:

- 1) pirmajā stāvā kamīnzāle apvienota ar atpūtas telpu, ko varēs izmantot arī kā svinību telpu;
- 2) virtuve, kur viesiem pašiem būs iespēja pagatavot ēst, kas atradīsies mūra ēkas gala piebūvē;
- 3) otrajā stāvā būs viesu istabas (divvietīgi numuri);
- 4) otrā stāva koridorā būs pieejama gan dušas telpa, gan tualete.

Viesu mājas pagalmā tiek plānota lauku pirts izveide, kur pirmajā stāvā viesiem būs pieejama pirts un otrajā stāvā būs guļvietas uz matračiem. Pirts būs pieejama viesiem no viesu mājas, kā arī pirti būs iespējams noīrēt atsevišķi, nelielām svinībām līdz 10 cilvēkiem (piem.,

dzimšanas dienas svinībām). Pie pirts tiks izveidots neliels dīķītis, kur vasaras sezonā pēc pirts varēs atvēsināties vakara peldē.

Netālu no pirts tiek plānots izveidot grila mājiņu, kur viesi vasaras sezonā, siltos vasaras vakaros varēs cept gaļu un desiņas.

Zeme, ēkas un pamatlīdzekļi.

Viesu nams „Kreiļi” tiks veidots uz dibinātajiem piederošās zemes, kas atrodas 3 km attālumā no Cēsu pilsētas centra, Cēsu rajonā, Drabešu pagastā, saimniecībā „Kreiļi”. Zemes kopplatība ha ir 1 543 m².

Tiks atjaunota saimniecības ēka, kur būs viesu nams. Ēkas gala piebūvē tiks izveidota virtuve ar ēdamzāli. Pagalmā tiks uzcelta divstāvīga lauku pirts, kuras tuvumā tiks izrakts neliels dīķītis un vēl tiks uzbūvēta grila mājiņa.[21]

Uzņēmums plāno ņemt aizņēmumu no kredītiestādes 15 000 apmērā, ēkas rekonstrukcijai un labiekārtošanai, kā nodrošinājums būs zeme un ēka.

Plānotais uzņēmuma nodarbināto darbinieku skaits.

Tā kā uzņēmums būs pavisam jauns, sākuma stadijā, bez pašiem dibinātajiem papildus tiek plānots pieņemt vēl divus darbiniekus – palīgstrādniekus. Kopā tiks nodarbināti pieci darbinieki, t.sk. arī uzņēmuma dibinātāji, kas ieņems vadošos amatus (uzņēmuma vadītājs, saimniecības daļas vadītājs un grāmatvede).

Biznesa mērķi.

Tā kā Viesu nams „Kreiļi” būs jaunizveidots uzņēmums, tad uzņēmuma sākotnējais un primārais mērķis ir kļūt atpazīstamam lauku tūrisma pakalpojumu sniedzošo uzņēmumu vidū (Cēsu rajona apkaimē, jo tuvāk esošie uzņēmumi ir potenciālie konkurenti), gūt peļņu un klientu atzinību, lai klienti labrātāk atgrieztos atkārtoti un šo viesu namu ieteiktu saviem draugiem, radiem un paziņām.

Īstenojamie mērķi:

- veiksmīgi uzsākt uzņēmējdarbību tūrisma pakalpojumu sfērā;
- būt konkurētspējīgiem, piedāvājot dažādus klientu prasībām atbilstošus pakalpojumus;
- nostiprināt savu vietu tirgū;
- gūt klientu atzinību, jo labākā reklāma ir paši klienti;
- gūt peļņu.

Uzņēmuma iespējamo panākumu iemesli.

Viesu nams „Kreiļi” atradīsies ģeogrāfiski labā vietā, 2 km attālumā no Cēsu pilsētas. Cēsis ir otra vecākā Latvijas pilsēta, kas atrodas Latvijas Ziemeļaustrumu daļā, Vidzemes augstienē. Tā ir krāšņām dabas ainavām un vēstures liecībām bagāta pilsēta.

Viesojoties Cēsu rajonā:

- acis priecēs Gaujas plūdums gar Ērgļu klintīm, Amatas straujums pie Zvārtas ieža un Raunas rēmums pie Raunas Staburaga;
- piļu senatne būs vērojama Cēsu un Raunas pilsdrupās, kā arī Āraišu ezerpilī;
- savu cēlumu izrādīs Cirstu, Dzērbenes un Veselavas muižas;
- baznīcu staltums būs skatāms Cēsu Sv. Jāņa, Raunas, Āraišu un Jaunpiebalgas baznīcās;
- Veidenbauma, brāļu Kaudzīšu, K. Skalbes un E. Dārziņa dzīves gaitas būs izsekojamas memoriālajos muzejos;
- dabas skaistumu un varenību varēs izjust Cīrulīšu un Līgatnes dabas takās, Ērgļu klintīs un Vējiņu pazemes ezeros;
- vasarā varēs nodarboties ar makšķerēšanu Dūķu un Ruckas ezeros, kā arī „Pļavnās”;
- apgūt jāšanas mākslu varēs Līgatnes dabas takās, „Ķingās” un „Zaķīšos”;
- varēs doties izbraukumos ar velosipēdiem pa Cēsu krāšņajām ainavām, tāpēc arī viesu namā „Kreiļi” tiek plānots, ka viesi varēs izīrēt velosipēdus, lai dotos izbraukumos.[20]

Lūk šīs ir tās vietas un daudzi citi objekti, ko var apskatīt Cēsu apkaimē, tāpēc arī viesu namu ir izdevīgi izveidojot šajā rajonā, jo Cēsīs, kā jau autore minēja ir daudz apskates objektu un vēl, ja citās viesu mājās bieži vien ir sezonāls viesu apmeklējums, tad šajā viesu namā tiek plānots, ka viesu apmeklējums būs visu gadu, pat ziemā. Viesu namā „Kreiļi” viesu apmeklējums tiek plānots arī ziemas periodos un tie varētu būt pat ienesīgāki kā citos periodos. Ziemas periodos var būt iespējami daudz viesu, jo tieši Cēsīs un Cēsu rajonā ir slēpošanai paredzēti un labi pazīstami kalni kā Žagarkalns, Kārļi, Lāču Kalni u.c.

2. Uzņēmuma vadība

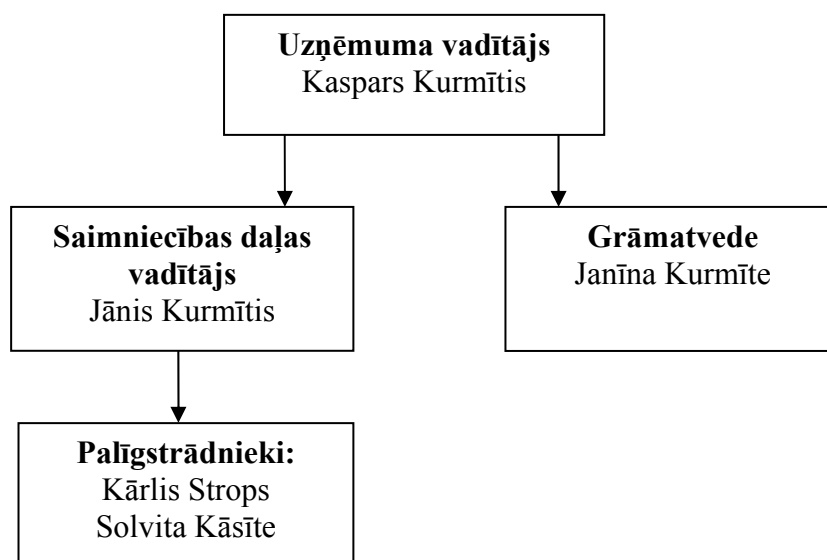
Viesu nama „Kreiļi” organizatoriskā struktūra.

Viesu namā „Kreiļi” strādās 5 cilvēki, no kuriem 3 ir uzņēmuma dibinātāji, kuriem pieder šādas uzņēmuma daļas:

- Valdes priekšsēdētājs Kaspars Kurmītis – 50 %
- Valdes loceklis Jānis Kurmītis – 25 %
- Valdes locekle Janīna Kurmīte – 25 %

Svarīgi vadītāja darbā ir pareizi izvēlēties uzņēmuma darbības mērķus un efektīvi organizēt komercdarbību, lai varētu tos sasniegt.

Uzņēmumā tiks veidots kopīgs vadīšanas stils – koleģiālais stils, tas nozīmē, lēmumu pieņemšana grupā (lēmumus kopīgi pieņems starp līdzīpašnieki).



2.1 attēls Uzņēmuma vadības organizatoriskā struktūra

Uzņēmuma darbinieki:

- **Uzņēmuma vadītājs (līdzīpašnieks) – Kaspars Kurmītis.** Uzņēmuma vadītājam ir pabeigta augstākā LU EVF finanšu vadībā. Vecums ir 25 gadi. Pašlaik ir savs uzņēmums transporta pakalpojumos.

Uzņēmuma vadītāja pienākumos ietilpst:

- plānot un organizēt uzņēmuma darbību;
- uzņēmuma finansiālās darbības plānošana;
- uzlabot un pilnveidot uzņēmuma piedāvājumus;
- būt atbildīgam par reklāmu, potenciālo klientu piesaistē;

- viesu reģistrācijas uzskaitē un vietu rezervēšana.
- uzņēmuma darbības analīze un sasniegto rezultātu izvērtēšana.
- **Saimniecības daļas vadītājs (līdzīpašnieks) – Jānis Kurmītis.** Uzņēmuma Saimniecības daļas vadītājam ir pabeigta vidējā speciālā izglītība. Vecums 53. gadi. Pašlaik strādā par galveno meistarū galdniecībā.

Saimniecības daļas vadītāja pienākumos ietilpst:

- atbildīgs par ar saimniecību saistītām lietām;
- būt atbildīgam par to, lai atbildīgie darbinieki (palīgstrādnieki), kas ir viņa pakļautībā veiktu viņiem dotos tiešos pienākumus;
- sekot līdzi, lai visas iekārtas mājā un pirtī darbotos nevainojami.

- **Grāmatvede (līdzīpašniece) – Janīna Kurmīte.** Uzņēmuma grāmatvedei ir profesionālā augstākā izglītība, kas iegūta Rēzeknes augstskolā Ekonomikas fakultātē, specialitāte – finanšu un grāmatvedības vadība. Vecums ir 48 gadi. Strādā par galveno grāmatvedi „Gulbju aptiekā”. Darba pieredze 15 gadi.

Grāmatvedes pienākumos ietilpst:

- uzņēmuma darbības rezultātu uzskaitē un analīzē;
- finanšu atskaišu sagatavošana;
- darba algu aprēķināšana;
- skaidras naudas un netiešo līdzekļu uzskaitē;
- finanšu lēmumu sagatavošana un izvērtēšana.

- **Palīgstrādniece – Solvita Kāsīte.** Izglītība - vidējā speciālā. Vecums 35 gadi. Strādā veikalā par pārdevēju.

Palīgstrādnieces pienākumos ietilpst:

- viesu mājas uzkopšana;
- viesu numuriņu uzkopšana (t.sk. tīras gultas veļas pārklāšana);
- atbildīga par pirts uzkopšanu;
- veļas mazgāšana.

- **Palīgstrādnieks – Kārlis Strops.** Izglītība – vidējā speciālā. Vecums 45 gadi. Strādā par šoferi.

Palīgstrādnieka pienākumos ietilpst:

- zālāja pļaušana;
- sekot līdzi, lai dīķis būtu tīrs;
- sadzīves iekārtu remontēšana un elektriķa pienākumi;
- atbildīgs par pirts iekurināšanu un nepieciešamo temperatūru tajā, pirtnieks.

3. Tūrisma nozares raksturojums.

“Tūrisms ir pakalpojumu un produktu komplekss, kas kalpo, lai apmierinātu patērētāja, uzņēmējdarbības un sabiedriskā sektora pieprasījumu pēc iekšzemes un ārvalstu ceļojumiem. Tūrisms ir lielā mērā decentralizēts un caurvij visu tautsaimniecību, pateicoties tā mobilitātei un tūristu vajadzību dažādībai, kā arī tāpēc, ka ar tūrismu saistītie pakalpojumi un produkti tiek pirkti pirms ceļojuma, ceļojuma laikā un dažreiz pat pēc ceļojuma.”

Eiropā un visā pasaulē tūrisms ir viena no vadošajām un visstraujākajām izaugsmes nozarēm un tiek uzskatīts par stratēģisku ekonomiskās attīstības un nodarbinātības prioritāti. Tūrisms ietekmē ikvienas sabiedrības sociālo, kultūras un ekonomisko dzīvi, savukārt, minētās sfēras ietekmē tūrisma attīstību.

Saskaņā ar Pasaules Tūrisma organizācijas statistikas datiem tūrisms ir pasaulē lielākais eksporta ienākumu avots, nozīmīgs darbavietu radītājs, kā arī svarīgs reģionālās un sociālās attīstības faktors.[17]

3.1 Tūrisma nozare Latvijā.

Latvijā ir izstrādāti vairāki būtiski un tūrisma nozares attīstībai nozīmīgi dokumenti:

Latvijas tūrisma attīstības nacionālās programmas projekts 2001-2010.

Programmas mērķis ir noteikt stratēģiskās attīstības virzienus konkurētspējīgas tūrisma nozares izveidei un attīstībai Latvijā, lai, piesaistot tūristu plūsmu un palielinot ienākumus no tūrisma, veicinātu Latvijas tautsaimniecības attīstību un tautas labklājības pieaugumu.

Programmas nepieciešamību nosaka vairāki apsvērumi:

- tūrisma nozare ir viena no vissvarīgākajām tautsaimniecības nozarēm visā pasaulē, taču Latvijā tās potences netiek izmantotas mērķtiecīgi un efektīvi,
- Latvijā ir neizmantotas iespējas tūrisma attīstībai, ir nepietiekami veikts sistemātisks darbs tūrisma iespēju paplašināšanai,
- lai uzlabotu tūrisma attīstību Latvijā, nepieciešams veikt pasākumus, kas pārsniedz vienas nozares ietvarus un kuru īstenošanā ir iesaistītas kopumā vairāk nekā trīsdesmit valstis, pašvaldību un privātā sektora ietekmē esošās tautsaimniecības sfēras un citas jomas: transports, infrastruktūra, tirdzniecība, telekomunikācijas, informācijas tehnoloģijas, apdrošināšana, medicīna, drošība, celtniecība, banku darbība, vide, kultūra, sports, sociālā un reģionālā attīstība, kā arī citi.

Pēc Pasaules tūrisma organizācijas (PTO) statistikas datiem, tūrisms ir pasaulē lielākais eksporta ienākumu avots, nozīmīgs darbavietu radītājs, kā arī svarīgs reģionālās un sociālās attīstības faktors. Tas valstīm nodrošina lielu ieņēmumu no nodokļiem un sniedz ievērojamu pievienotā vērtību to iekšzemes kopproduktā. Tūrisms sekmē liela apjoma ieguldījumu veikšanu infrastruktūras izveidē, kopumā apmierinot gan tūristu prasības, gan uzlabojot vietējo iedzīvotāju dzīves apstākļus.

Eiropas Parlamenta ziņojumā par ES paplašināšanos teikts: “Dalībvalstīm un kandidātvalstīm jāpievērš pastiprināta uzmanība tūrisma sektoram, jo Eiropa joprojām ir vadošais tūrisma brauciena mērķis. Jāņem vērā šī sektora lielais ekonomiskais potenciāls un tā pozitīvā ietekme uz darba tirgu.”

Par tūrisma kā tautsaimniecības nozares izaugsmes iespējām liecina PTO prognozes, kas paredz ienākošā tūrisma apjoma palielināšanos par 45% divdesmit gadu laikā.

Šādu prognožu pamatā ir vairāki apsvērumi:

a. tūrisma pieprasījuma palielināšanās:

- globalizācijas procesu rezultātā pieaug vajadzība pēc dienesta ceļojumiem, palielinās iespējas tos apvienot ar personīgajiem ceļojumiem,
- uzlabojoties labklājībai, palielinās ceļošanas finansiālās iespējas,
- tehnikas progresa rezultātā samazinās dzīvē darba patēriņš un palielinās brīvais laiks, tā sadalījums izlīdzinās gada laikā (kas samazina tūrismam raksturīgo sezonālību; brīvdienas sezonas un stabilizē nozari),
- uzlabojas ceļošanas tehniskās iespējas,
- pastiprinās interese par jauniem, nebijušiem tūrisma produktiem,
- krasi pieaug pieprasījums pēc kultūras un dabas tūrisma,

b. tūrisma piedāvājuma palielināšanās:

- atveras jauni tūrisma tirgi, kas piedāvā lētāku tūrisma produktu,
- palielinās tūrisma produktu un to sniedzēju klāsts,
- pieaug informācijas apjoms, informācijas izplatīšanas kanālu skaits, kā arī tās pieejamības ātrums,

c. tūrisma ieguldījums tautsaimniecībā:

- ienākošais tūrisms ir eksporta nozare, kuras attīstība labvēlīgi ietekmē valsts maksājumu bilanci, rosina ekonomisko darbību, veicina infrastruktūras attīstību un vides kvalitātes uzlabošanu,
- ienākošais un vietējais tūrisms rada jaunas darba vietas un novērš ar bezdarbu saistītās nelabvēlīgās sociālās parādības,
- tūrisms ir mūsdienu sabiedrības neatņemama sastāvdaļa.

Latvija ir tūrisma attīstības iespējām bagāta zeme:

- Latvijā ir resursi jaunu tūrisma produktu izveidei un esošo konkurētspējas palielināšanai,
- Latvijai ir izdevīgs ģeogrāfiskais izvietojums, kas var nodrošināt tās sasniedzamību un integrētību globālā mērogā,
- Latvija un Baltijas valstis strauji attīstās kā ekonomiski aktīvs reģions, kas arvien vairāk būs darījumu braucienu galamērķis, starptautisku konferenču un sanāksmju organizēšanas vieta,
- pasaules un Eiropas mērogā Latvija ir jauns tūrisma galamērķa piedāvājums - salīdzinoši lēts, pietiekami kvalitatīvs, ērts, nepārslogots un neizpētīts.

Tūrismam ir liels ieguldījuma potenciāls Latvijas tautsaimniecībā:

- nodarbinātības pieaugums tūrisma nozarē,
- nodarbinātības pieaugums ar tūrismu tieši un netieši saistītās nozarēs,
- pakalpojumu sniedzēju radītās pievienotās vērtības pieaugums tūrisma nozarēs un ar tūrismu saistītās nozarēs, kas ir avots pakalpojumu sniedzēju ieņēmumiem (darba apmaksai), nodokļiem valsts un pašvaldību budžetā, investīcijām un uzkrājumiem,
- maksājumu bilances izlīdzināšana ceļojumu pakalpojumu sadaļā, lai līdzsvarotu izejošo tūrismu, un uzlabošana pakalpojumu sadaļā, ja eksports pārsniedz importu (Latvijā pagaidām tūrisma pakalpojumu imports pārsniedz eksportu),
- eksporta apjoma pieaugums un tā rezultātā papildus peļņas iegūšana no ārvalstīm (ienākošais tūrisms) un jaunu ārvalstu investīciju piesaiste,
- uzņēmējdarbības uzsākšanas veicināšana mazos un mikrouzņēmumos, kuru izveidošanai nav nepieciešami lieli līdzekļi – tūrisma aģentūrās, kempingos un citās īslaicīgās apmešanās vietās,
- attīstības izlīdzināšanas iespēja reģionos (īpaši depresīvos), kuros tūrisms var būt pakalpojumu vai preču pieprasījuma galvenais vai pat vienīgais avots.

Latvijai ar tās nepārbļīvēto dzīves telpu, mēreno klimatu, bagāto dabas un kultūras mantojumu, maz pārveidoto dabu, kūrortu tradīcijām, kvalificētiem speciālistiem, viesmīlīgiem cilvēkiem un labiem makroekonomiskiem priekšnoteikumiem izaugsmei ir visas iespējas kļūt par pievilcīgu zemi ārvalstu un vietējiem tūristiem.

Dabas un kultūras mantojums, neskarta lauku ainava kopā ar kultūras un bioloģisko daudzveidību ir neaizstājami Latvijas tūrisma resursi. Vide un tās aizsardzība ir visbūtiskākais priekšnosacījums ikvienas valsts tūrisma nozares panākumiem un tūristu apmierinātības nodrošināšanai. Tajā pat laikā, ekonomiskās priekšrocības, ko varētu dot tūrisms (īpaši depresīviem reģioniem) ir jāizvērtē, salīdzinot ar arvien sarežģītākām ekoloģiskām sekām, kādas sev līdzi nes tūrisma attīstība. Neskatoties uz to, salīdzinājumā ar citām nozarēm, tūrismam

piemīt arī unikāls dabas konservācijas un kultūras vērtību padziļināšanas potenciāls. Valstij un pašvaldībām jā rūpējas par ilgtspējīgas attīstības principu integrāciju tūrisma attīstības plānos un stratēģijās, kopā ar projektu un pasākumu veicējiem jānodrošina to ilgtspējīga realizācija, bet projektiem, kuri var būtiski ietekmēt apkārtējo vidi, saskaņā ar normatīvo aktu prasībām jāveic ietekmes uz vidi novērtējums.

Lauku tūrisma attīstības mērķprogramma.

Programmas mērķis ir attīstīt lauku tūrismu kā lauku ekonomikas svarīgu sastāvdaļu, kas:

- radītu jaunas darba vietas,
- samazinātu iedzīvotāju aizplūšanu no laukiem un saglabātu lauku vidi,
- veicinātu mazo un vidējo uzņēmumu veidošanu un darbību,
- stimulētu pašražotās lauksaimniecības produkcijas noietu,
- veicinātu tādu nozaru attīstību laukos, kas nav tieši saistītas ar lauku tūrismu (amatniecība, bioloģiskā lauksaimniecība, tirdzniecība, celtniecība, dažādas pakalpojumu nozares),
- palielinot tūristu plūsmu uz laukiem, nodrošinātu tūrisma uzņēmēju, vietējo iedzīvotāju un pašvaldību ienākumus no lauku tūrisma un veicinātu Latvijas tautsaimniecības attīstību kopumā.

Programmas uzdevums. Šobrīd, kad lauku tūrisms ir kļuvis par vienu no perspektīvākajiem uzņēmējdarbības veidiem laukos, ir jāapkopo paveiktais, izvirzot jaunus mērķus un apzinot iespējas mērķtiecīgai un vienotai nozares attīstībai. Programma kalpos par pamatu valsts un pašvaldību finansējumam, kā arī Eiropas Savienības programmu finansējumu plānošanai, kas izslēgtu dublēšanos un nodrošinātu finansējumu maksimāli efektīvu un racionālu izmantošanu. Tā iedrošinās uzņēmējus investēt līdzekļus tūrisma infrastruktūras veidošanā un uzlabošanā, kas ir pamats produkta tālākai attīstībai.

Valsts pārvaldes un rajonu pašvaldību politika un veiktie pasākumi var lielā mērā ietekmēt lauku tūrisma attīstību, jo no pašvaldību un citu nozaru darbības ir atkarīga lauku infrastruktūra. Lauku tūrisms ir atkarīgs no infrastruktūras. Svarīgi, lai tūrismu ietekmējoši pasākumi tiktu īstenoti, ņemot vērā tūrisma attīstības vajadzības, jo patreiz zināšanu un izpratnes trūkuma dēļ, ne vienmēr tā notiek

Latvijas lauku uzņēmējam ir vismaz četri iemesli, lai nodarbotos ar lauku tūrismu:

- lauku tūrisms ir papildus peļņas un skaidras naudas avots. Lauku tūrisma uzsākšanai nav nepieciešamas lielas investīcijas, un tas dod relatīvi ātrus ienākumus, salīdzinoši ar citiem alternatīvās saimniecības veidiem laukos (dzērveņu un sēņu audzēšana, biodinamiskā lauksaimniecība, saldūdens zivju audzēšana u.c.);
- tā ir iespēja racionāli izmantot brīvās dzīvojamās telpas, zemi, kas nav piemērota lauksaimnieciskajai ražošanai, vai arī ainavu, kuru citiem mērķiem izmantot nav lietderīgi;
- tā ir iespēja lauku cilvēkam, kura dzīvesveids dažādu apstākļu dēļ ir stipri vien noslēgts, satīties ar dažādu profesiju un dzīves stilu cilvēkiem, nepieciešamība pastāvīgi turēt kārtībā savu māju, saudzēt un izkopt apkārtējo ainavu;
- tā ir laba izdevība cilvēkiem, kas atguvuši savus īpašumus un pārcēlušies dzīvot no pilsētas uz laukiem, tomēr nav izlēmuši nodarboties ar lauksaimniecisko ražošanu.

3.2 Esošās kvalitātes situācijas tūrisma jomā Latvijā raksturojums.

Lai apmierinātu tūristu vajadzības, lai stiprinātu tūrisma industrijas konkurētspēju un lai nodrošinātu tūrisma līdzsvarotu un ilgtspējīgu attīstību, ir būtiski uzlabot tūrisma pakalpojumu kvalitāti.

Par kvalitāti var runāt tikai tad, ja produkts vai pakalpojums apmierina patērētāja vajadzības un cerības. Patreiz Latvijā pakalpojumu sfērā vēl ir maz uzņēmumu, kas nopietni domā par kvalitātes vadības sistēmu ieviešanu. Tas izskaidrojams ar izpratnes par kvalitāti, zināšanu, motivācijas un resursu trūkumu.

Tai pat laikā, nenoliedzami, tūrisma nozarē tiek piemēroti vairāki standarti, kas jāievēro pakalpojumu sniedzējiem.

Tūristu mītņu sertifikācija notiek atbilstoši Latvijas valsts standartu (LVS) prasībām. Tūrisma pakalpojumu standartizācijas tehniskā komiteja (TPSTK) 1999.-2000.g. laikā ir izstrādājusi un VSIA *Latvijas Standarts* apstiprinājis šādus viesu izmitināšanas un apkalpošanas mītņu standartus:

Viesnīcas (LVS 200-1:1999),

Viesu mājas (LVS 200-2:1999),

Moteļi (LVS 200-3:1999),

Lauku tūrismam izmantojamās mājas (LVS 200-4:2000),

Kempingi (LVS 200-5:2000),

Jaunatnes tūrisma mītnes (LVS 200-6:2000).

Autoceļu standartizācijas tehniskā komisija kopā ar TPSTK izstrādāja standartu *Piktogrammas atpūtas vietās* (LVS 331:2000).

Latvija kopš 1997. gada ir sekmīgi iesaistījusies ES neformālajā *Zilo karogu* kustībā. *Zilā karoga* iegūšana pludmalēm un mazajām ostām un *Zaļā sertifikāta* ieviešana lauku tūrismā ir nozīmīgs priekšnoteikums ienākošā un vietējā tūrisma attīstībai Latvijā,

2001.gadā Latvijā Zilais karogs piešķirts Jūrmalas Majoru, Ventspils un Liepājas pludmalēm, bet Zilā karoga sertifikāts – Ventspils jahtu ostai.

Zaļo sertifikātu 1999.gadā ieviesusi Latvijas Lauku tūrisma asociācija “Lauku ceļotājs”.

Tiek izstrādāti standarti tūrisma informācijas centriem / LVS200-7:2001/, tūrisma autobusiem un restorāniem.

Naktsmītņu kategorizācija un kvalitātes kontrole

Tūrisma likums (stājies spēkā 3.11.1999.) paredz ar Ministru Kabineta lēmumu noteikt tūristu mītņu atbilstību obligātām prasībām.

Tūrisma pakalpojumu standartizācijas tehniskā komiteja ir izstrādājusi un SIA BO “Valsts Standarts” ir apstiprinājusi noteikumus viesnīcām, viesu mājām, kūrortviesnīcām un moteļiem. Šobrīd kategoriju piešķiršanu veic profesionālā Viesnīcu un restorānu asociācija. Asociācija “Lauku ceļotājs” regulāri apseko lauku, ciemu un brīvdienu mājas, kuras apvieno ikgadējā katalogā “Atpūta laukos” (katalogā iekļautas saimniecības, kas iesniegušas Asociācijā apskates un sadarbības pieteikumus. Visas atpūtas vietas (izņemot Brīvdienu mājas) tiek iedalītas 4 kategorijās (kur viena * ir zemākā kategorija), to ievērojamo kvalitātes un piedāvājuma dažādību dēļ. Piešķirot kategorijas, tiek ņemta vērā viesiem domāto telpu kvalitāte, papildus ērtības vai izklaides mājā un apkārtnē, saimniecības kopiespaids. Tomēr konkrētā kategorija neiespaido pakalpojumu cenas.

Speciālas kvalitātes zīmes

Asociācija “Lauku ceļotājs” ir izstrādājusi divus kvalitātes sertifikātus, ko piešķir īpašām saimniecībām atbilstoši izstrādātiem noteikumiem:

Zaļais sertifikāts - tā piešķiršanas mērķis ir stimulēt tūrisma uzņēmējus atjaunot, būvēt un iekārtot lauku tūrisma mītnes novadam raksturīgā, tradicionālā veidā, saglabājot ainavu savdabību, izmantojot videi draudzīgus vietējā ražojuma būvmateriālus. Šajās mītnēs tiek:

- piedāvāti ekoloģiski tīri pašražoti pārtikas produkti un vietējās amatniecības izstrādājumi;
- saudzēta apkārtējā vide un saglabāta bioloģiskā daudzveidība;
- taupīgi izmantoti dabas resursi;

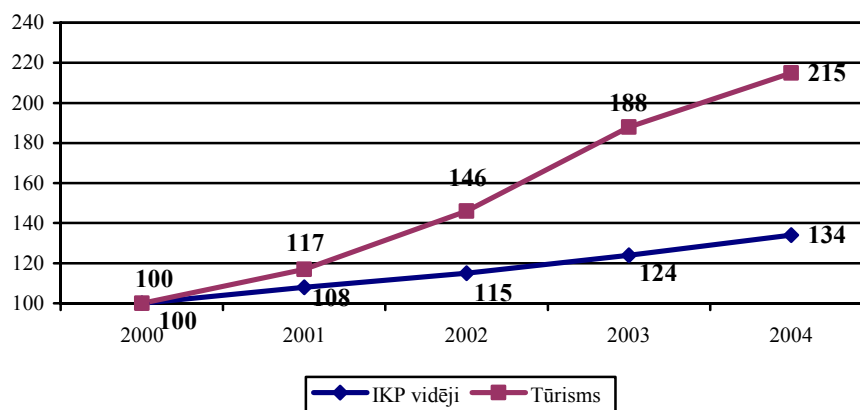
- sniegta plaša un izsmeļoša informācija par vietējām dabas, kultūras un vēsturiskajām vērtībām;
- ieteiktas aktivitātes un izklaides, kas neatstāj postošu ietekmi uz apkārtējo vidi.

Kvalitātes zīme – šo zīmi LLTA “Lauku ceļotājs” piešķir par viesmīlību un pakalpojumu kvalitāti tām lauku saimniecībām, kuras uzņem viesus jau ilgāk par gadu un par kurām saņemtas sevišķi labas atsauksmes no viesiem.[17]

3.3 Tūrisma loma Latvijas ekonomikā.

Veicot būtisku lomu kultūras un cilvēku savstarpējo sakaru jomā, mūsdienās tūrismam ir ievērojama un arvien pieaugoša loma arī ekonomikā.

Latvijā tūrisms ir viena no visstraujāk augošākajām nozarēm. Tās pieauguma tempi pēdējos gados ir bijuši ievērojami augstāki nekā iekšzemes kopproduktam (IKP) vidēji (skat. 3.1. attēlu).

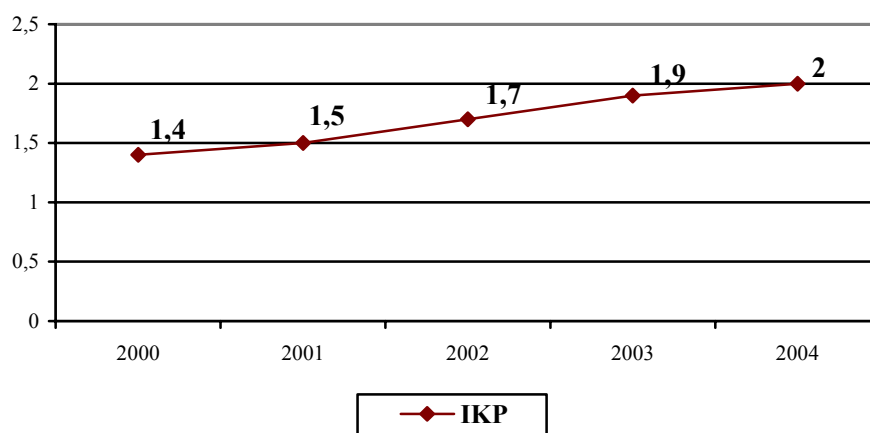


3.1 attēls Tūrisma nozares un iekšzemes kopprodukta dinamika Latvijā

(2000 = 100, salīdzināmās cenas) [19]

Laikā no 2000.gada līdz 2004.gadam iekšzemes kopprodukts Latvijā palielinājās par 34%, pievienotā vērtība tūrisma nozarē tajā pat laikā pieauga 2,15 reizes.

Straujās izaugsmes rezultātā tūrisma īpatsvars Latvijas iekšzemes kopproduktā ir palielinājies no 1,4% 2000.gadā līdz 2% 2004.gadā (skat. 3.2 attēlu). [19]



3.2 attēls Tūrisma nozares īpatsvars iekšzemes kopproduktā % [2]

Pēdējos gados Latvijā tūrisma nozare ir bijusi viena no visstraujāk augošajiem sektoriem. Ņemot vērā tūrisma nozares straujo dinamiku, tūrisma nozares pievienotā vērtība ir pieaugusi no Ls 52,1 milj. 2000. gadā līdz Ls 131,3 milj. 2004. gadā. Sākot ar 2000. gadu, vērojams stabils ienākošā tūrisma pieaugums – vidēji par 10% gadā, kas liecina par nozares veiksmīgu attīstību kopumā un tās nostiprināšanos. 2004. gadā ārzemju ceļotāju skaits Latvijā pirmo reizi pārsniedza 3 miljonu robežu (3,03 milj. ceļotāju). Salīdzinot citu ES dalībvalstu tūrisma attīstības tendences pēc iestāšanās ES, var prognozēt līdzīgu stabilu pieauguma tempu arī nākošajiem 3 gadiem, tomēr ir jāuztur progress gan tūrisma attīstībai kopumā, gan pa atsevišķiem pasākumiem - tūrisma infrastruktūras, tūrisma pakalpojumu, produktu attīstībā un mārketinga īstenošanā. Tieši tādēļ nozarei nepieciešams ievērojams finansiāls atbalsts. Ekonomikas ministrijas tuvāko divu gadu mērķis ir nodrošināt tūrisma nozares pievienotās vērtības ikgadējo pieaugumu 10% - 15% apmērā un tūrisma nozares īpatsvara IKP pieaugumu 20 % gadā (faktiskajās cenās). Ekonomikas ministrija Latvijas Tūrisma attīstības programmā paredzējusi, ka 2007. gadā nepieciešamajam finansējumam jābūt Ls 5,31 milj. apmērā. Nākamajā gadā nozarei ir piešķirti Ls 1,03 milj. Tajā pašā laikā lauksaimniecības nozarē, kas veido 4% no IKP, valsts finansējums ir vairāk nekā 150 miljoni latu.[12]

Arī 2005.gadā tūrisma sektors bija viens no straujāk augošajiem un sasniedz apmēram 10 miljonu jeb 25 % apgrozījuma pieaugumu, tādējādi veidojot apmēram 2 % no IKP. Šādas tendences tiek prognozētas arī 2006. gadā, panākot apmēram 15 miljonu latu pieaugumu šajā nozarē.

Piemēram, Zviedrijas tūristu skaits Latvijā 2006. gadā varētu divkāršoties, jo kuģniecība Tallink ir uzsākusi prāmju satiksmi no Stokholmas uz Rīgu, plānots sasniegt 20 000 apmeklētāju. Latvijā 2005. gada trešajā ceturksnī no kopējā viesu skaita 4 % bija zviedri, kas iztērēja 6,2

miljonus latu. Tas ir trešais labākais rādītājs pēc ceļojumu izdevumiem Latvijā, liecina Centrālās statistikas pārvaldes dati.

Par tūrisma iespējām Latvijā liela interese bijusi arī Kontaktu biržā Somijā.[13]

Aktīvākie tūristi 2005. gadā bijuši no kaimiņvalstīm, taču patīkamu pārsteigumu sagādājuši vācieši. Jo tieši ceļotāji no Vācijas 2005. gadā tērējuši visvairāk naudas. 2005. gada pirmajā ceturksnī tie bijuši 5,7 miljoni latu.

Kaut gan no Vācijas ir tikai trešais lielākais ceļotāju īpatsvars (dati par pirmo ceturksni), viņi tērē visvairāk. Latvijas Tūrisma attīstības valsts aģentūras (TAVA) speciālisti ir pārliecināti, ka no valsts, kurā ir vairāk nekā 80 miljoni iedzīvotāju, iespējams Latvijai piesaistīt vēl lielāku ceļotāju skaitu.

To apliecināja arī Vācijas tūrisma aģentu vizīte Latvijā, ko rīkoja TAVA sadarbībā ar Baltijas Tūrisma informācijas centru Berlīnē un Willy Scharnow fondu Vācijā. Aicinātie tūrisma aģenti bija pārsteigti par Latvijas attīstību un atraktīvo tūrisma piedāvājums.

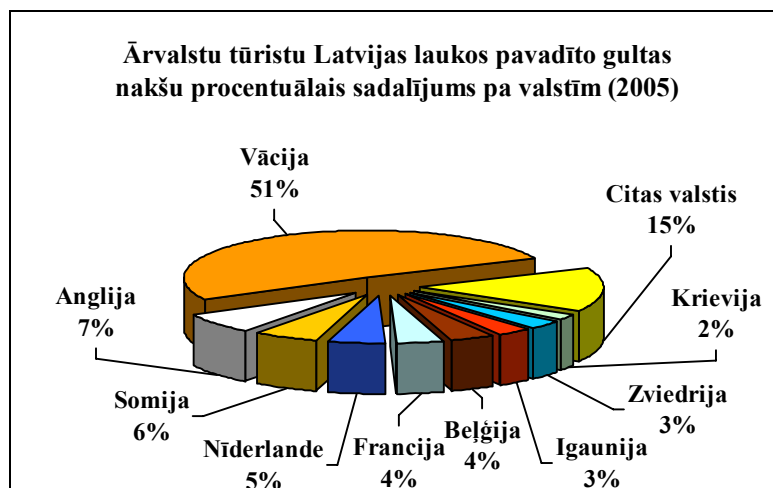
Vācieši vēlas veidot tūrisma piedāvājumus uz Latviju, lai iepazīstinātu savas valsts iedzīvotājus ar jauno un attīstīto Eiropas Savienības valsti Latviju. 2005. gadā vācieši vislielāko interesi ir izrādījuši par Rīgu. Ikdienā Antonijas, Alberta, Elizabetes ielā manāmas daudzas tūristu grupas no Vācijas, un šeit viņus piesaista jūgendstila ēkas.

Tāpat vāciešu iecienīta ir Latvijas Nacionālā opera. Speciālisti atzinīgi novērtē, ka tā dažādas izrādes tagad piedāvā vēl aktīvajā tūrisma sezonā – augustā. Tāpat ceļotājiem no Vācijas šķiet interesanta Latvijas nacionālā virtuve, un tās vērtības viņi galvenokārt izbauda atpūtas kompleksā "Lido". Aizvadītajos gados vāciešu izdevumi Latvijā ir strauji pieauguši, turklāt 2005. gada 1. ceturksnī 50% no visām ārvalstu tūristu pavadītājam gultas naktīm Latvijas laukos veidoja vācu tūristi (skat.3.2 attēlu).

Vācu tūristu ceļojumu motīvi:

- * 54% interesē kultūras tūrisms un pilsētu arhitektūra
- * 50% dabas tūrisma iespējas
- * 35% draudzīgas pakalpojumu izmaksas
- * 19% viegli atrisināmas ar ceļojumu saistītās formalitātes
- * Minēti arī citi ceļojumu motīvi, starp kuriem ir arī darījumu tūrisms.

(TAVA mārketinga jaunās stratēģijas ietvaros anketēja ceļotājus)[14]



3.3 attēls Ārvalstu tūristu Latvijas laukos pavadīto gultas nakšu sadalījums % pa valstīm.[15]

2005. gadā pirmoreiz ieceļo vairāk nekā izceļo. 2005. gadā iebraukušo tūristu skaits pieaudzis par 30%, izbraukušo – par 16 %.

Latvijas ekonomikai neprognozēts bijis tūristu atstātais naudas daudzums. Tas salīdzinot ar 2004. gada pirmajiem diviem ceturkšņiem, palielinājies par 26 % un sasniedzis 41,4 miljonu latu. Un 28 % ārvalstnieku Latvijā pavadījuši vairāk par vienu diennakti.

Kā autore iepriekš minēja, Latvijā tūrisms 2005.gadā deva 2% no IKP, un tā pieaugums bijis viens no straujākajiem Eiropā. Nozares speciālisti prognozē, ka tūrisma sektors 2006. gadā pieaugs vēl par 20%, bet nākošo četru gadu laikā — vismaz par 10%. Straujais pieaugums varētu mazināties, jo līdz šim tūrisma attīstību sekmēja Latvija kā jauns galamērķis.

Kā jauna tendence iezīmējusies konferenču tūrisma popularitāte un tūristu skaita pieaugums reģionos, ko veicinājusi aktīva kalnu slēpošanas un snovborda trašu attīstība. Tieši konferenču tūrisms ir tas, kuru Latvijai starptautiskajā tirgū vajadzētu mēģināt pārdot visvairāk.[5] Līdz ar konferenču tūrisma popularitāti, tūrisma nozarē mazinās sezonālā faktors, un arī Rīgas viesnīcas izjūt šo pavērsienu, jo salīdzinot ar 2004. gadu, 2005. gada rudens mēnešos audzis noslogojums. Aukstajos mēnešos jeb iepriekš "klusajā sezonā" biežākie Rīgas viesi ir darījumu tūristi, uzdzīvotāji un atpūtnieki.

"Visumā pavērsiens ir — interese ir liela," atzīst Tūrisma attīstības valsts aģentūras. Tika novērots, ka 2005 .gada oktobrī un novembrī turpinājās jau iepriekš fiksētais iebraucošo tūristu plūsmas pieaugums. 2005. gada trešajā ceturksnī Latvijā viesojušies 1,32 miljoni ārvalstnieku, kas ir par 20% vairāk nekā 2004. gadā šajā laikā, liecina Centrālās statistikas pārvaldes dati. Turklāt ārvalstu viesi iztērējuši vairāk naudas — 68,8 miljonus latu, kas ir par 24% vairāk nekā 2004. gada attiecīgajā periodā.

Liels nopelns tūristu atvešanā uz Latviju aukstajos mēnešos ir lētajām aviosabiedrībām, atzīst tūrisma nozares speciālisti. Rīgas lidostā 2005. gada desmit mēnešos apkalpoti 1,56 miljoni pasažieru, kas ir par 83% vairāk nekā 2004. gadā attiecīgajā laika posmā. Aviosabiedrības Ryanair un easyJet likušas pazemināt cenas arī nacionālajai aviokompānijai airBaltic, kas padarījis Rīgu vēl pieejamāku.

Turklāt ārvalstīs kļuvusi daudz pieejamāka arī informācija par Latviju. Tāpat ieguldījumu pievilcīga tēla radīšanā devuši tūristi, kas pabijuši Latvijā un pastāstījuši par to saviem draugiem un paziņām. Arī uz ārzemēm izceļojušie latvieši veicina valsts popularizēšanu.

Lai arī turpmāk mazinātu sezonāliti, jāturpina attīstīt piedāvājumus ziemas sezonai. Viens no galvenajiem virzieniem ir darījumu un konferenču tūrisms. Interese par konferenču rīkošanu Latvijā augusi. Pirms gada (2004. gadā) interesi tikties ar Latvijas pārstāvjiem konferenču un darījumu tūrisma izstādē Barselonā izrādījušas tikai apmēram 20 kompānijas, bet šoruden — ap 60, informē (TAVA) direktors.[6]

Arī turpmāk tūrisma nozares attīstību veicinās kultūras mantojums — īpaši Rīgas jūgendstils un koka arhitektūra, pērn atdzimušā veselības tūrisma un spa (sanus per aquam) ūdens kūres centru attīstība, kā arī aktīvā tūrisma piedāvājums, prognozē tūrisma nozares pārstāvji.

Tūristu visbiežāk apmeklētā vieta Latvijā ir Rīga, taču 2005. gadā vismaz par 10% pieaudzis tūristu skaits arī reģionos. To veicinājusi aktīvā tūrisma attīstība — īpaši ziemas sezonā.

Latvijā patlaban ir apmēram 30 slēpošanas kalnu, kurus ik nedēļu apmeklē liels skaits vietējo un kaimiņvalstu tūristu. Īpaši populārs Latvijas slēpošanas trašu piedāvājums ir lietuviešu vidū — gandrīz piektā daļa Latvijas slēpošanas kalnu apmeklētājs esot šīs kaimiņvalsts pārstāvis.[5]

2004. gads bija pirmsākumi, kad Valdība bija noteikusi tūrismam prioritārās ekonomikas nozares statusu. Visticšāk tas izpaudās valsts budžeta finansējuma palielināšanā, kas 2004. gadā bija vairāk nekā divarpus reizes lielāks salīdzinājumā ar 2003. gadu. Lai arī tie joprojām nebija pietiekami, papildus līdzekļi ļāva valstij pievērsties tūrisma nozares attīstības veicināšanai daudz pilnvērtīgāk. Arī turpmākos gadus budžeta finansējums turpmākos gadus arvien pieauga.

Tūrisma nozare Latvijā pēdējos gados ievērojami attīstījusies. Galvenais jebkuras tautsaimniecības nozares izaugsmes rādītājs ir tās tiešais ieguldījums iekšzemes kopproduktā. Tūrisma nozarei tas ar katru gadu pieaug, un tiek prognozēts, ka attīstība būs arvien lielāka. neatkarības gadus bijusi negatīva.

Vislielākais budžeta finansējums 2004. gadā - aptuveni 63 procenti - tika atvēlēts mārketinga pasākumiem, jo arvien vēl par Latviju pasaulē zināja maz un informācijas pieejamība

bija diezgan vāja, arī šobrīd vēl ir nepieciešams, tāpēc no 2006.gada ilgspējīgai tūrisma attīstībai tiks vērsta Mārketinga stratēģija 2006 – 2010. gadam (skat. nākošajā nodaļā).[4]

3.4 Tūrisms – perspektīva nozare.

Ilgu laiku tūrisma nozare Latvijā bija pašplūsmā — tai netika piešķirti pietiekami daudz līdzekļu un pievērstā nepieciešamā uzmanība, un tūristi uz Latviju devās pārsvarā pēc nostāstiem un paziņu ieteikumiem. Laika posmā no 2000. gada līdz šodienai ir vērojamas pozitīvas pārmaiņas — finansējums tūrisma attīstībai ir pieaudzis, sadarbība starp dažādām ar nozari saistītām institūcijām kļuvusi ciešāka — tas padarījis Latviju par interesantu un pievilcīgu ceļojuma objektu ārzemniekiem. Rezultāts ir acīm redzams — aug ārzemnieku skaits, kuri apmeklē Latviju. Papildu iespējas Latvijai parādījās līdz ar Latvijas iestāšanos Eiropas Savienībā un NATO, kas valstij sniedz tādu kā bezmaksas reklāmu un apliecināja, ka Latvija ārvalstu tūristiem ir droša un interesanta zeme.

Latvijā tūrismam ir ļoti liels potenciāls un ne jau tikai dēļ pievienošanās ES — ārvalstu tūristiem Latvija kā apskates vieta nebija pieejama, taču pēc neatkarības atgūšanas daudzi no viņiem Latviju zināmā mērā uzskata par eksotiku, kādu nav nācies redzēt citur. Turklāt Latvijā ir vairākas lietas, kas tūristiem šķiet sevišķi interesantas:

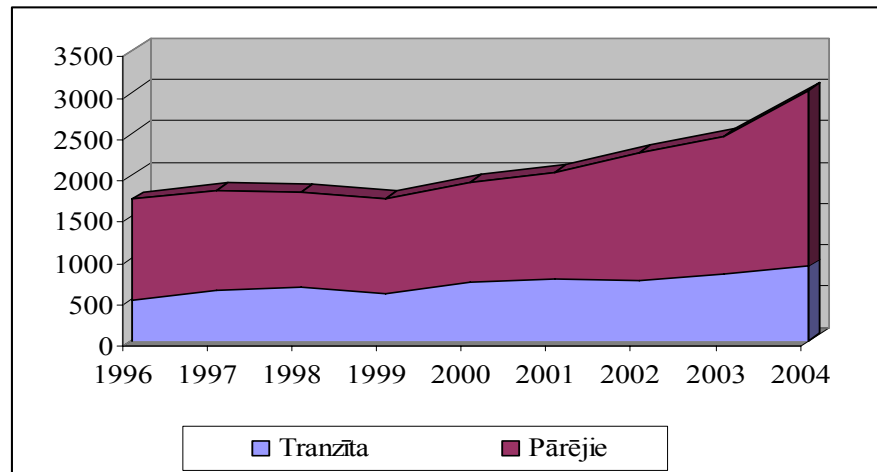
Pirmkārt, Rīga, kas ir augsti attīstīta Eiropas pilsēta un kas bieži tiek izmantota par starptautisku biznesa konferenču rīkošanas vietu. Rīga šajā gadījumā ir unikāla ar to, ka šeit var noorganizēt vairākus pasākumus dažādās vietās, piemēram, Melngalvju namā, Mazajā ģildē un citur.

Otrkārt, Latvijā ir interesanta kultūra — gan tradicionālā kā tautasdziesmas un Dziesmu svētki, gan starptautiskā. Sevišķi saistoša iecerotājiem šķiet sadzīve un attiecības starp cilvēkiem.

Treškārt, Latvijā ir neskarta un daudzveidīga daba, ko veido meži, neapdzīvotas teritorijas, savvaļas dzīvnieki. Piedevām daba Latvijā salīdzinoši ar citām Eiropas valstīm ir mazāk piesārņota un tajā aplūkojamie resursi mazāk komercializēti. Tāpēc, šādās vietās attīstot tūrismu, jābūt uzmanīgiem, lai, cenšoties iegūt pēc iespējas lielāku peļņu, nenodarītu pāri dabai.

Ceturtkārt, Latvijai ir ļoti piesātināta vēsture, kas interesē tūristus. To ir jāprot attiecīgi pasniegt, piemēram, katrā vēsturiskā vietā izstādot tās aprakstu.[7]

Kopš 2000. gada ar katru gadu palielinās iebraukušo tūristu skaits (skat.3.1 attēlu). Īpaši straujš pieaugums tika vērojams 2004. gadā, kas Latvija iebraukušo tūristu skaits palielinājās par 563 tūkstošiem, aptuveni tikpat, cik iepriekšējos trīs gados kopā.



3.4 attēls Latvijā iebraukušo tūristu skaits laika posmā 1996. – 2004. gadam.[19]

Tūristu skaita īpaši straujo pieaugumu 2004.gadā daļēji var izskaidrot ar Latvijas atkal atgriešanos Eiropā, pieaugot valsts atpazīstamībai un palielinoties interesei par Latviju kā par jauno Eiropas Savienības kaimiņu.

Latvijas ģeogrāfiskā izvietojuma dēļ Latvijā iebraukušo tūristu plūsmā relatīvi lielu īpatsvaru sastāda tranzīta tūristu skaits, tomēr pēdējos gados tam ir tendence samazināties (skat.3.4.attēlu). Ja 2000.-2001.gadā tranzīta tūristi sastādīja ap 37% no Latvijā iebraukušo tūristu skaita, tad 2004.gadā šīs ceļotāju grupas īpatsvars samazinājās līdz 30%.

Lai gan arī tranzīta tūristu ierašanās Latvijā ir veicināma, tomēr jāņem vērā, ka šīs grupas tūristi Latvijā diennaktī iztērē tikai ap 10 latiem, kas ir turpat vai trīs reizes mazāk par vidēji tūristu tērēto. Tādēļ tranzīta tūristu relatīvā īpatsvara samazināšanās tendence, pieaugot kopējam tūristu skaitam, vērtējama pozitīvi.[17]

Tūrisma perspektīvas Latvijā

Jau iepriekšējās autore minēja, ka tūrisms ir kļuvis par perspektīvu nozari, jo tūristu skaits palielinās gadu no gada.

"Valsts ir definējusi piecus nacionālos tūrisma produktus (vienlaikus tie ir arī pieci plānotie investīciju virzieni), kurus iecerēts attīstīt tuvākajos gados."

Tūrisma uzņēmējdarbības nozari Latvijā neapšaubāmi raksturo izaugsme. Kā liecina Centrālās statistikas pārvaldes dati, ārvalstu ceļotāju skaits uz mūsu valsti pērn pirmajos trīs ceturkšņos salīdzinājumā ar attiecīgu laika posmu pirms gada pieaudzis par 26 procentiem. Audzis arī to Latvijas iedzīvotāju skaits, kuri dodas ceļojumos uz citām zemēm. Ekonomikas ministrijas (EM) informācija liecina, ka apgrozījums tūrisma nozarē gada laikā pieaudzis par 25 procentiem, veidojot aptuveni 2% no iekšzemes kopprodukta. Starptautiskie statistikas apkopojumi liecina, ka Latvijā tūrisma nozare izrāda visstraujāko attīstību visā Eiropas telpā.

Uz tūrisma ilgtspējīgu attīstību tiks vērsta mārketinga stratēģija laikam no 2006. līdz 2010.gadam, ko ir izstrādājusi TAVA. Valstis, kuru iedzīvotājus vēlamiēs ieinteresēt Latvijas apmeklējumā, stratēģijā iedalītas trīs grupās:

- augsti prioritāras,
- prioritāras
- perspektīvas valstis.

Pirmajā grupā ietilpst, piemēram, Igaunija, Lietuva, Zviedrija, Krievija, Vācija un citas valstis, ar kurām Latviju vieno cieša vēsturiska saikne un intensīvs satiksmes tīkls. Tāpēc šo valstu ceļot gribētājiem būs adresēti sevišķi daudz pasākumu. Stabila interese par Latviju ir arī prioritārajās valstīs. Savukārt perspektīvo valstu iedzīvotāju interesi vēl nāksies modināt. TAVA rīko arī daudz ikdienas pasākumu tūrisma veicināšanai. Piemēram, lai aktivizētu iekšzemes tūrisma, ik mēnesi norit informatīvās dienas, kurās interesenti un speciālisti tiek iepazīstināti ar kādu konkrētu tūrisma produktu.[3]

Straujais Latvijā iebraukušo tūristu skaita pieaugums 2004.gadā bija saistīts galvenokārt ar Latvijas iestāšanos Eiropas Savienībā, kas palielināja Latvijas atpazīstamību, „vecajās dalībvalstīs” radīja interesi par saviem jaunajiem kaimiņiem. Taču, ja šis labvēlīgais moments ar aktīvas tūrisma mārketinga stratēģijas palīdzību netiks izmantots tālākai tūrisma attīstībai Latvijā, jau tuvākajos gados situācija šajā jomā var mainīties.

Situācijas izmaiņu tūrisma jomā jau tuvākajos gados negatīvi var ietekmēt sekojoši faktori:

- interese par Latviju mazinās, ja tā netiek pastāvīgi uzturēta;
- mūsu konkurentu, Baltijas kaimiņu, citu jauno un arī veco ES dalībvalstu aktivitātes tūrisma mārketinga jomā;
- cenu konverģence Eiropas Savienības ietvaros samazinās Latvijas tūrisma nozares konkurētspēju piedāvāto tūrisma pakalpojumu cenu jomā;
- viesnīcu un citu izmitināšanas mītņu iespējas un struktūra neatbilst pieprasījumam, līdz ar to kļūstot par ierobežojošo momentu tālākai nozares attīstībai;
- nepietiekoši strauja transporta tīkla attīstība kavē tūrisma attīstību.

Tādēļ, lai noturētu pēdējo gadu pozitīvās tendences tūrisma jomā Latvijā, nepieciešama aktīva tūrisma mārketinga politikas, kā arī kopējās tūrisma politikas īstenošana un ar tūrisma nozari saskaņotas transporta, būvniecības un citu jomu attīstība.

Atkarībā no valsts īstenotās politikas šajā sektorā iespējami divi tūrisma attīstības scenāriji:

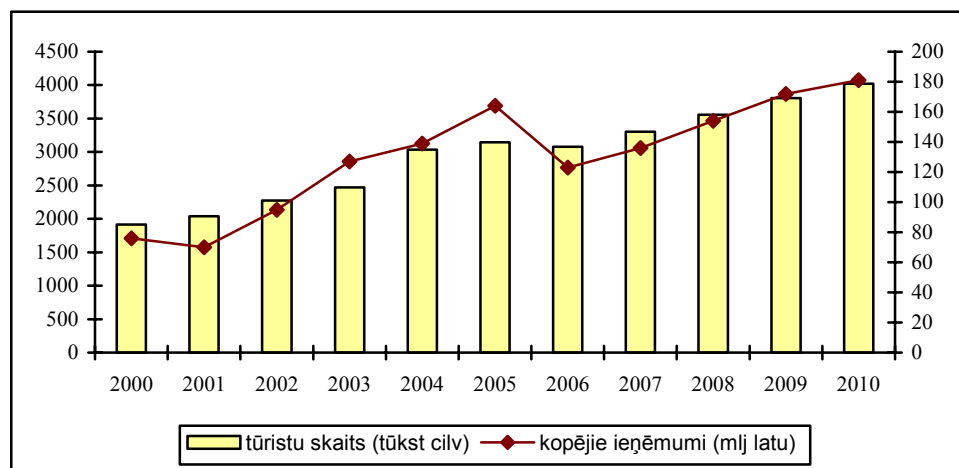
1. scenārijs. Nozares attīstība notiek lielā mērā stihiski, netiek īstenota tūrisma attīstības mārketinga stratēģija un nozares attīstības politika;

2. scenārijs. Tiek īstenota Tūrisma attīstības valsts aģentūras 2006.-2010. gada mārketinga stratēģija, nozares politika tiek koordinēta ar citu nozaru attīstību.

1.scenārijs.

Šis scenārijs apskata tādu situāciju, kad valsts aktīvus pasākumus tūrisma jomā neveic, nozares attīstība notiek lielā mērā stihiski, turpinoties iepriekšējās desmitgades (nevis tikai pēdējo gadu), tendencēm.

Straujais tūristu skaita pieaugums, kas lielā mērā bija saistīts ar Latvijas iestāšanos ES, jau 2006.gadā noplok (skat.7.9.attēls). Iepriekšējās desmitgades tendences turpināšanās nozīmē to, ka vidējais viena tūrista Latvijā pavadītais laiks pat nedaudz samazinās. Tūrista diennakts vidējie tēriņi Latvijā faktiskajās cenās laikā no 2005.gada līdz 2010.gadam pieaug tikai nedaudz, no 28 līdz 31 latiem, salīdzinošajās cenās pat samazinoties



3.5 attēls 1.scenārijs – tūristu skaita un kopējo ieņēmumu dinamika [19]

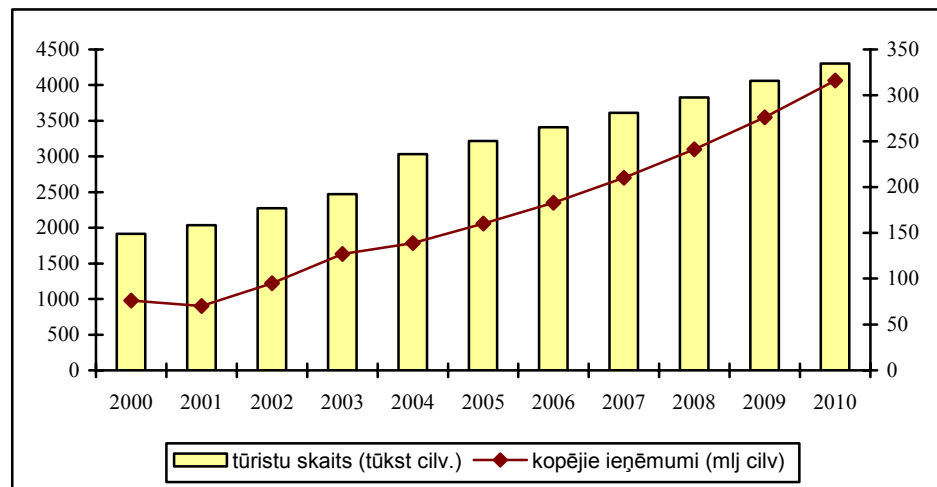
Samazinoties tūristu skaitam, kopējie ieņēmumi no ārvalstu tūristiem 2006.gadā pat sarūk, tikai 2008.gadā atkal pārsniedzot 2004.gada līmeni. Nepalielinoties pieprasījumam pēc tūrisma pakalpojumiem, ar tūrisma saistītās jomas, piemēram, viesnīcu būvniecība, transporta tīkla attīstība negūst pietiekošu pozitīvu impulsu attīstībai. Līdz ar to aizkavējas arī tūrisma infrastruktūras izveide, samazinot tūrisma attīstības iespējas arī nākotnē.

Kopējais (uzkrātais) ienākumu pieaugums no ārzemju tūristiem visa perioda laikā no 2005. līdz 2010. gadam sastāda 94 miljonus latu.

2.scenārijs

Šī scenārija īstenošanas pamatnosacījums ir aktīva tūrisma mārketinga stratēģijas īstenošana kopējās tūrisma politikas ietvaros, koordinējot to ar transporta un būvniecības jomas politiku.

Tūristu skaits ik gadus pieaug par 5%-7% gadā. Uzlabojoties viesnīcu un citu izmitināšanas vietu kapacitātei un kvalitātei, kā arī palielinoties tūrisma un izklaides pakalpojumu piedāvājumam, pieaug vidējais ārvalstu tūrista uzturēšanās ilgums mūsu valstī, kā arī Latvijā izdotās naudas apjoms diennaktī.



3.6 attēls 2.scenārijs – tūristu skaita un kopējo ieņēmumu dinamika [19]

Šī scenārija gadījumā kopējie ieņēmumi no ārvalstu tūristiem Latvijā laikā no 2005.gada līdz 2010.gadam palielinās par 15% ik gadus, radot pozitīvu impulsu arī ar tūrismu saistīto nozaru attīstībai un sekmējot tūrisma infrastruktūras izveidi.

Kopējais (uzkrātais) ienākumu no ārzemju tūristiem pieaugums laikā no 2005. līdz 2010. gadam sastāda 529 miljoni latu.

Tas nozīmē, ka, īstenojot aktīvu tūrisma mārketinga politiku, Latvijas ekonomika laikā no 2005.gada līdz 2010.gadam papildus iegūtu 435 miljonus latu, jeb vidēji 72,5 miljonus latu gadā.

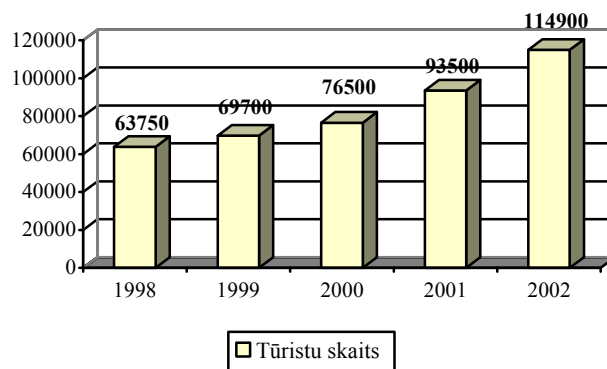
Īstenojot tūrisma mārketinga stratēģiju, paredzama ekonomiskās aktivitātes palielināšanās šajā nozarē. Pieaugs ienākumi no ārvalstu tūristiem, kā rezultātā uzlabosies šīs nozares uzņēmumu ekonomiskais stāvoklis, palielināsies peļņa, arī algas un nodarbinātība tūrisma jomā.

Ekonomiskā izaugsme tūrisma jomā atstās arī pozitīvu ietekmi uz valsts un pašvaldību budžetiem, palielinot to ieņēmumus.[19]

3.5 Tūrisma attīstība Cēsīs.

Tā kā viesu nams „Kreīļi” plānots izveidot Cēsu rajonā, autore veic nelielu ieskatu tūrisma attīstībai pilsētā.

Vairākums tūristu, kas apmeklē Cēsīs, ir Latvijas iedzīvotāji. Ārzemnieki, kas ierodas Cēsīs, galvenokārt ir organizētie tūristi, kas ierodas vienas dienas ekskursijā no Rīgas. Lai gan individuālu ārzemju tūristu skaits ir visai neliels, tam ir tendence pieaugt. Lielākoties šīs vizītes ir viesošanās pie radiem un draugiem, biznesa braucieni, kā arī dabas un vēstures objektu apskate.



3.3 attēls Kopējais Cēsu pilsētu apmeklējumu viesu skaits (1998 -2002)[16]

Katru gadu tūristu skaits pieaug par aptuveni 10-15%, kas liecina par stabilu tūristu skaita pieauguma tendenci. Apmeklētāju maksimums tiek sasniegts vasaras mēnešos.

Vidējais uzturēšanās ilgums Cēsīs ir 1 diena, jo lielākā daļa tūristu ir organizētie tūristi:

- skolēni, kas Cēsīs apmeklē pavasara un rudens ekskursiju laikā;
- Rietumeiropas tūristi, kas uzturas Rīgā un Cēsīs ierodas vienas dienas ekskursijā.

Vasaras mēnešos Cēsīs ierodas daudz individuālo tūristu gan no Latvijas, gan ārzemēm.

Šo apmeklējumu iemesli var būt ļoti dažādi, piemēram:

- kultūras pasākumi;
- viesošanās pie radiem un draugiem;
- Latvijas apceļošana,
- aktīvā atpūta.

Tūrisma infrastruktūra

Tūrisms Cēsīs ir attīstības sākuma stadijā. Trūkst neatkarīgu tūrisma organizāciju piedāvājuma un pieprasījuma regulēšanai, kā arī koordinētai reklāmai un mārketingam. Ir tikai daži tūrisma uzņēmumi, kas ir apkopējuši un izanalizējuši savas darbības rezultātus un sastādījuši biznesa plānus nākotnei. Galvenās problēmas, kas kavē tūrisma attīstību Cēsu pilsētā, ir investīciju un kvalificētu speciālistu trūkums.

Par mērķtiecīgi vadītas tūrisma attīstības sākumu var uzskatīt 1998.gada 24.aprīli, kad tika nodibināts Cēsu tūrisma informācijas centrs. No šī brīža Cēsīs tiek apkopota informācija par tūrismu, tādēļ statistikas dati par tūrismu Cēsīs ir pieejami tikai sākot ar 1998.gadu. Tūrisma informācijas centram ir liela nozīme tūrisma produktu attīstības, organizatorisko jautājumu risināšanas, informācijas izplatīšanas, reklāmas un sadarbības ar citiem rajoniem veicināšanas jomā.

Tomēr tūrisma attīstība notiek samērā strauji. Dažas tūristu mītnes piedāvā pakalpojumus, kas ir konkurētspējīgi cenu un kvalitātes ziņā visā Vidzemes reģionā. Veidojas jaunas viesnīcas un viesu mājas.

Līdz 1998.gadam gultasvietu skaits apmierināja iebraucošo tūristu pieprasījumu, tomēr no 1999.gada tūristu pieprasījums pēc naktsmītnēm sāk pārsniegt piedāvājumu. Īpaši izteikta šī problēma ir vasaras mēnešos, kad ir sevišķi liels pieprasījums pēc vidēji lētajām naktsmītnēm.

Atpūtas iespējas

Atpūtas un sporta piedāvājums Cēsu pilsētā ir daudzveidīgs. Cēsīs organizē dažādus kultūras un sporta pasākumus, kas piesaista ne tikai vietējos, bet arī ārzemju tūristus. Ir izveidots bērnu rotaļu laukums un skeitborda laukums, kur ziemas sezonā darbojas slidotava. Jāaktivizē izklaides iespējas ne tikai vasaras mēnešos, bet visa gada garumā, nepieciešami daudzveidīgi brīvā laika pavadīšanas veidi gan vakara stundās, gan nedēļas nogalē. Cēsīs ir vairākas kafejnīcas un bāri, taču trūkst deju klubu. Aktīvās atpūtas piedāvājuma attīstību ir veicinājusi kartinga halles atvēršana. Nākotnē varētu plānot kādas līdzīga rakstura atpūtas vietas izveidi Cēsu pilsētā. Cīrulīšos izveidots kalnu slēpošanas centrs "Žagarkalns" ar 8 dažāda līmeņa slēpošanas trasēm, slēpju nomu, 2 kafejnīcām. Centrs apgādāts ar mākslīgā sniega ražošanas iekārtām, kas dod iespēju slēpot tad, kad dabīgā sniega nav vai ir nepietiekami. Slēpošanas centrs dod iespēju tūrismam attīstīties arī ziemas sezonā, kas nosacīti ir klusā sezona tūrismā, ziemas laikā piesaistot aptuveni 50 000 slēpot gribētāju.

Cīrulīšu mikrorajonā "Veselības centrā 4" iespējams baudīt aktivitātes baseinā, trenažieru zālēs un vairākās saunās.

Cēsu pilsētā nepieciešams izveidot veloceliņus, jo pilsēta ir piemērota velotūrisma attīstībai. Ņemot vērā velotūrisma resursus Cēsu pilsētā un tuvākajā apkārtnē, iespējams, ka Cēsis nākotnē

varētu izveidoties par Latvijas mēroga riteņbraucēju pilsētu ar īpašu infrastruktūru un servisu. Problēmas rada zemā ceļu segumu kvalitāte, informācijas zīmju trūkums un tas, ka ne vienmēr ir iespējams pārvadāt velosipēdus satiksmes autobusos. “Aktīvā Tūrisma Centrs EŽI” sadarbībā ar pašvaldībām posmā Cēsis – Valmiera gar Gaujas labo krastu izveidojis specializētu velosipēdistu maršrutu, kas virzās pa meža celiņiem un takām un ir aprīkots ar norādes zīmēm. Šāds specializēts maršruts piesaista lielu velotūristu interesi un 2002. gada vasaras mēnešos to veica aptuveni 3000 velosipēdistu.

Par tūristu piesaistes vietu tiek veidots esošais Cēsu pilsmuižas komplekss, tā ēkā paredzēts atvērt starptautiska mēroga apmeklētāju centru, kurā būtu piedāvāti dažādi ar tūrismu saistīti pakalpojumi. Apvienojot Cēsu tūrisma informācijas centru un Cēsu vēstures un mākslas muzeju, tiks izveidots apmeklētāju centrs (AC). AC mērķis ir kļūt par multifunkcionālu tūristu galamērķi, AC būs pirmā vieta, kur Vidzemes apceļotājs iegūs visplašāko informāciju par Vidzemes un Cēsu tūrisma iespējām. AC, piedāvājot dažādus pakalpojumus, kļūs par Cēsu tūrisma produktu. AC sastāvā ietilptu ēka Pils laukumā 1 (bijušās “Vindas” telpas), esošais muzejs ar Izstāžu namu, pilsdrupas, tūrisma informācijas centrs un Pils parks.

Tūrisma mārketinga aktivitātes

Ar Cēsu pilsētas tūrisma mārketinga veidošanu nodarbojas Cēsu tūrisma informācijas centrs (TIC).

Galvenās veiktās mārketinga aktivitātes:

- informatīvo materiālu izdošana (brošūras, kartes, ceļveži);
- sadarbība ar masu medijiem (intervijas, preses relīzes, speciālās ziņas, raidījumi);
- gadatirgi un izstādes (dalība vietējās izstādēs, sadarbība organizējot vietējās izstādes, ārvalstu - Igaunijas, Lietuvas, Somijas, Vācijas, Zviedrijas);
- tēla veidošanas pasākumi (logo, suvenīri);
- informācijas apmaiņas sistēmas efektivitātes uzlabošana (datu bāzu papildināšana, sadarbība ar citiem TIC, sadarbība ar pašvaldībām, tūrisma speciālistiem);
- informācijas infrastruktūras uzlabošana (norādes zīmes);
- informācijas tehnoloģiju izmantošana (mājas lapa);
- sezonas pasākumu plāna saskaņošana un izplatīšana;
- sadarbība ar izplatīšanas kanāliem (produktu ideju sagatavošana, informācijas sagatavošana);
- iesaistīšanās starptautiskos projektos (PHARE projekti: “Baltijas Apmeklētāju centri” un “Augstas Kvalitātes Tūrisms” sadarbības partneri no Zviedrijas, Vācijas, Norvēģijas, Polijas);

- organizācijas tēla veidošana un darbības popularizēšana (intervijas, tikšanās ar nozares pārstāvjiem, informatīvi materiāli, darbības pārskati un atskaites).

Jaunu aktivitāšu ieviešana:

- jauni informatīvie materiāli (ikgadēja imidža brošūras izdošana, informācija CD formātā);
- sadarbība ar masu saziņas līdzekļiem (regulāri reklāmas laukumi presē, reklāmas laiki radio un TV, raidījumu izgatavošana un translēšana);
- tiešās rezervācijas sistēmas ieviešanas veicināšana;
- kvalitātes standartu ieviešana;
- jaunu sporta , izklaides un kultūras pasākumu plānošana un veicināšana;
- sezonas pasākumu plāna veidošana un koordinēšana;
- jaunu produktu veicināšana sezonas optimizācijai;
- iesaistīšanās starptautiskos mārketinga projektos ar Igauniju, Lietuvu, Skandināvijas un Baltijas jūras valstīm;
- sadarbība ar izplatīšanas kanāliem (sezonas plānošana, kopīgi veicināšanas pasākumi);
- jaunu izplatīšanas kanālu veicināšana (Vidzemes tūroperatori, rezervēšanas sistēmas);
- personiskās pārdošanas veicināšana (piedāvājumu sagatavošana, paketēšana ārvalstu operatoriem).

Projekti tūrisma nozarē

Liela nozīme Cēsu tūrisma attīstībā būs starptautiskiem projektiem, kuros iesaistās un kurus atbalsta pilsētas pašvaldība.

Labu pieredzi gūta gatavojot projektus PHARE programmas ietvaros, divu gadu laikā finansējumu saņēmuši jau trīs projekti.

Finansējumu 2000. gadā saņēma projekts “Augstas kvalitātes tūrisms četros Baltijas jūras reģionos”, šogad projektam ir turpinājums jau nākamā projekta “Ilgtspējīga reģionālā attīstība - augstas kvalitātes tūrisms” ietvaros. Projektā paredzēts strādāt trīs pamatvirzienos: izstrādāt Cēsu rajonā tematiskos tūrisma maršrutus, iezīmēt tos dabā, uzstādīt norādes, izdot ceļvedi divās valodās, izstrādāt rajona tūrisma mārketinga plānu un veikt 140 stundu gidu apmācību. Projektā iesaistīti partneri no Vācijas, Zviedrijas un Polijas.

2002/2003.gadā tika realizēts projekts “Baltijas Apmeklētāju Centri”, kurā tika izpētītas iespējas Cēsu pils kompleksā un tam pieguļošās teritorijas izveidot par Vidzemes Apmeklētāju centru, kur tūristiem un pilsētas iedzīvotājiem būtu pieejami dažādi tūrisma pakalpojumi. Šādus tūristiem un pilsētas iedzīvotājiem atraktīvus apmeklētāju centrus plāno izveidot arī projekta

partneri no Zviedrijas, Dānijas, Vācijas un Norvēģijas. Projekta gaitā paredzēts izstrādāt kopīgus Baltijas jūras reģiona Apmeklētāju centru standartus un kvalitātes kritērijus. Liela uzmanība tiek pievērsta Cēsu Vēstures un mākslas muzeja turpmākai attīstībai un ieguldījumam tūrisma nozares attīstībā Cēsīs.

Plānots uzlabot jau esošā tūrisma informācijas centra darbību – izveidot publisko Interneta punktu tūristiem, izdot jaunu tūrisma karti Cēsu rajonam, pilnveidot jau esošo tūrisma piedāvājuma datu bāzi; izstrādāt tūrisma attīstības plānu Cēsu pilsētai un rajonam.

2003.gadā tika uzsākts PHARE atbalstīts projekts “Senie laiki Baltijas jūras reģionā”, kura galvenie uzdevumi ir:

- izstrādāt Livonijas ordeņa pilsdrupu attīstības koncepciju,
- izstrādāt viduslaiku pilsētiņas attīstības koncepciju,
- izstrādāt teritoriālo attīstības plānu Pils dārzam,
- veikt gidu un policistu apmācību,
- izvietot norādes un informatīvās zīmes pilsētas centrālajā daļā,
- izgaismot Livonijas ordeņa pilsdrupas,
- organizēt ekspozīcijas “Cēsu pils dārgumi” izveidi. [16]

4. Darbības raksturojums, pakalpojumi.

Tiks izstrādāts projekts viesu namam „Kreīli”, kas atradīsies ģeogrāfiski labā vietā, 3 km attālumā no Cēsu pilsētas. Cēsis ir otra vecākā Latvijas pilsēta, kas atrodas Latvijas Ziemeļaustrumu daļā, Vidzemes augstienē. Tā ir krāšņām dabas ainavām un vēstures liecībām bagāta pilsēta.

Viesu nama darbības uzsākšana tiek plānota 2008. gada ziemas sezonas sākumā, jo Cēsu pilsētas apkaimē ir daudz iespējamo slēpošanas vietu, kuras ik gadu apmeklē ne vien mūsu valsts iedzīvotāji, bet iecienījuši ir arī kaimiņvalstu iedzīvotāji, jo īpaši Lietuvas iedzīvotāji, tāpēc ļoti svarīgi, lai šo vietu apkaimē būtu pēc iespējas vairāk vietu, kur tūristiem apmesties.

4.1 Viesu nama „Kreīli” piedāvātie pakalpojumi.

Veicot analīzi, lauku tūrisma tirgū uzņēmums plāno piedāvāt šādus pamatpakalpojumus:

- naktsmītņu iznomāšanu (divvietīgas istabas);
- viesu mājas iznomāšana;
- pirts iznomāšanu svinībām (kopā ar 2.stāvu + guļvietas);
- pirts (atsevišķi).

Kā papildus pakalpojumi tiks piedāvāti:

- grila un tā piederumu iznomāšana;
- velosipēdu iznomāšana;
- iespēja iegādāties pirtsslotas un dažādu kosmētiku pirtij;
- pirtnieka pakalpojumi.

Atpūtniekiem viesu namā “Kreīli” tiks piedāvāta iespēja iznomāt piecas divvietīgas istabas ar papildus iespēju nepieciešamības gadījumā ievietot papildus guļamos matračus. Istabas atradīsies otrajā stāvā, kur koridorā būs pieejama gan tualete, gan dušas telpa.

Pirmajā stāvā būs kamīnzāle, kur būs iespējams atpūsties paskatīties televizoru, atpūtas telpa. Mājas piebūvē būs ērti aprīkota virtuve, kuru viesi varēs izmantot, lai pagatavotu sev ēdienu, kā arī ēdamistaba. Par virtuves un ēdamistabas izmantošanu papildus samaksa netiks prasīta.

Pirts atradīsies ārā netālu no viesu mājas, kurai blakus būs izrakts dīķītis. Pirtij būs divi stāvi, kur pirmajā stāvā atradīsies pirts un dušas telpa, otrajā stāvā būs guļvietas uz matračiem, līdz ar to, pirtī būs iespējams svinēt nelielas svinības līdz 10 cilvēkiem (piem., dzimšanas dienas u.tml.). Pirti varēs izīrēt gan kopā ar otro stāvu, gan atsevišķi.

Lai noskaidrotu vai piedāvātie pakalpojumi atbilst klientu vēlmēm un vajadzībām, tiks veikta klientu aptauja, klientiem aizpildot viesu anketas, lai zinātu kādus pakalpojumus vēl viesi vēlētos. Atbilstoši savām iespējām paplašinoties, tiks ieviesti papildus pakalpojumi, lai viesu nams būtu pievilcīgāks tā viesiem, parādot, ka rūp viesu labsajūta.

4.2 Viesu nama „Kreīļi” piedāvāto pakalpojumu raksturojums.

Pakalpojuma kvalitāte.

Pakalpojumu kvalitāte ir preces īpašību kopums, kas ir viens no galvenajiem instrumentiem konkurences cīņā. SIA „Kreīļi” piedāvātie pakalpojumi būs augstā kvalitātes līmenī. Pirmkārt, lai viesis justos labi, uzņēmuma darbinieki būs komunikabli, ar lielu gribasspēku, augstu darba motivāciju, lai viesi justos apmierināti.

Viens no kvalitātes galvenajiem rādītājiem viesu namā būs tā iekārtojums, mājīgi iekārtotās istabiņas un jaukā atmosfēra, kas valdīs viesu namā „Kreīļi”.

Pakalpojuma dzīves cikls.

Pakalpojumu dzīves cikls ir laika posms, kurā pakalpojums atrodas tirgū. To iedala ieviešanas, augšanas, brieduma un krituma stadijās.

Sākuma posmā uzņēmums plāno izmantot informatīvo reklāmu, lai iepazīstinātu potenciālos klientus ar uzņēmumu, tā darbību, cenām, atrašanās vietu. Noslēgums informatīvajai reklāmai un pāreja uz pārliecinošo reklāmu stimulēs pieprasījumu pēc pakalpojumiem, jo liela nozīme pārliecinošajai reklāmai ir preces augšanas un brieduma posmos.

Prognozējamā cena.

Pamatpakalpojumi:

- naktsmītņu iznomāšanu (divvietīgas istabas) – **20** Ls par diennakti;
- viesu mājas iznomāšana – **100** Ls par diennakti;
- pirts iznomāšanu svinībām (kopā ar 2.stāvu + guļvietas) – **40** Ls par diennakti;
- pirts (atsevišķi) – **3** Ls/h

Kā papildus pakalpojumi tiks piedāvāti:

- grila un tā piederumu iznomāšana – **2** Ls/h
- velosipēdu iznomāšana – **5** Ls/h
- iespēja iegādāties pirtsslotas un dažādu kosmētiku pirtij;
- pirtnieka pakalpojumi – **5** Ls/h

Pakalpojumu virzīšana tirgū, reklāma.

Viens no svarīgākajiem mārketinga komunikāciju veidiem ir reklāma. Reklāmai kā metodei produktu virzīšanai tirgū piemīt zināmas priekšrocības:

- sabiedriskums;
- pārliecināšanas spējas;
- ekspresīvisms.[11,567;597]

Viesu nams „Kreiļi” būs pavisam jauns un mazpazīstams vietējā tirgū, tāpēc liela nozīme būs informējošai reklāmai. Brīdī, kad uzņēmums būs nostiprinājis savas pozīcijas un izvēršīsies plašāka konkurence ar citiem tūrisma uzņēmumiem tirgū, aktuāla kļūst pārliecinošā reklāma, kas potenciālo klientu pārliecinās par labu viesu namam „Kreiļi”, jo šis viesu nams klientam piedāvās to, kas viesim ir neieciešams jauku atpūtu, mājīgā vidē. Savukārt uzņēmuma brieduma stadijā būs vajadzīga atgādinošā reklāma, lai klientu atmiņā saglabātu pakalpojumu pievilcīgās īpašības.

4.1 tabula

Reklāmu veidi un mērķi

Reklāmas veids	Reklāmas mērķis
Informatīva	- iepazīstināt klientus ar jaunu viesu namu „Kreiļi”; - informēt klientus par piedāvātajiem pakalpojumiem; - uzņēmuma tēla radīšana.
Pārliecinoša	- veidot pārliecību klientā par pakalpojumu priekšrocībām; - pārliecināt klientu par pakalpojumu augsto kvalitāti un garantētām ērtībām un drošību; - pārliecināt klientiem būt atsaucīgiem pret piedāvāto pakalpojumu.
Atgādinoša	- atgādināt piem., par sezonas sākšanos (piem., ziemas vai vasaras u. tml) un par to, ka ir viesu nams, kas labprāt gaida katru viesi.[11,607-608]

Kā viena no efektīgākajām reklāmām ir informatīvā reklāma, tāpēc uzņēmuma dibinātāji sev ir izvēlējušies vairākus reklāmas veidus:

- vizuālā reklāma uz Cēsu šoseja (norāde par viesu namu);
- portālā www.cesis.lv (kur norādītas naktsmītnes);

- asociācijā „Lauku ceļotājs”;
- vietējā Cēsu avīzē „Druva”;
- TV.

Tiek plānots ievietot reklāmu presē, radio, TV un internetā. Bet visefektīvākā ir mutiskā reklāma – viesi, kas jau ir pabijuši viesu namā un ir gatavi dalīties iespaidos ar sev tuviem un labi pazīstamiem cilvēkiem, taču priekšnoteikums šai reklāmai ir labas kvalitātes pakalpojums, lai viesis justos apmierināti un saņēmis cerēto. TV – efektīvi ir raidījumi, kuros tiek atspoguļotas brīvdienas laukos. Savukārt otrs efektīvākais būs reklāma asociācijas „Lauku ceļotājs” portālā un izdevumā Atpūta laukos.

5. Mārketinga plāns

5.1 Paredzamā pakalpojuma būtiskāko noieta tirgu raksturojums:

Vietējais (kurš reģions, teritorija) vai ārvalstu (eksports uz citām valstīm) tirgus.

Vidzeme – rosīgas pilsētas un krāšņa daba. Šeit atrodas Latvijas augstākais kalns Gaiziņš. Novada vidienē ir Gaujas Nacionālais parks, kurā ir gan viduslaiku pilis, gan smilšakmens ieži upju krastos, gan alas, par kurām stāsta leģendas. Jūras piekrastē smilšains liedags mijas ar akmeņiem, pirmatnīgiem krastiem.[15]

Cēsis – otra vecākā Latvijas pilsēta, kas atrodas Latvijas Ziemeļaustrumu daļā, Vidzemes augstienē. Tā ir krāšņām dabas ainavām un vēstures liecībām bagāta pilsēta. [21]

Tieši šī ir tā apkārtnē – Cēsis un Cēsu rajons, kur gan latviešu, gan ārzemju tūristiem ir ko apskatīt un apbrīnot vairāku dienu garumā, tāpēc arī ir nepieciešami viesu nami, kur viesiem apmesties, lai nākošajā dienā varētu turpināt savas gaitas pa skaistām Latvijas vietām.

Produkta patērētāji.

Pakalpojuma patērētāji var būt jebkura iedzīvotāju grupa:

- **< 18 gadiem** – bērni un jaunieši, kas atpūšas kopā ar saviem vecākiem vasaras vai ziemas brīvdienās;
- **18 – 25 gadiem** – jaunieši, studenti, kas ziemas sezonā nedēļas nogali pavada slēpojot kalnos, savukārt vasarā apskata skaistākās vietas u.tml.;
- **26 – 40 gadiem** – ģimenes cilvēki, strādājoši biznesa cilvēki, labi situēti strādājoši, vidēji situēti strādājoši, kas ziemas sezonā pavada nedēļas nogali kalnos slēpojot, savukārt vasaras sezonā pa Gauju ar laivu braucot u.tml.;
- **41 – 60 gadiem** – vietējie Latvijas iedzīvotāji un ārzemju tūristi, kā arī ģimenes cilvēki, strādājoši biznesa cilvēki, labi situēti strādājoši, vidēji situēti strādājoši, kas ziemas sezonā pavada nedēļas nogali kalnos slēpojot, savukārt vasaras sezonā pa Gauju ar laivu braucot u.tml.;
- **60 gadiem** – vietējie Latvijas iedzīvotāji un ārzemju tūristi.

Pēc Cēsu Tūrisma informācijas centra dati liecina, ka lielākais tūristu skaits ir vecuma grupā no 26 līdz 60 gadiem, kas lielākoties ir ārzemju tūristi (dati pēc TIC apmeklējuma).[20]

No visa izriet secinājums, ka jebkurā vecumā iedzīvotāji atpūšas šādās atpūtas vietās, vieni vai kopā ar kādu, ar ģimeni vai draugu lokā un ļoti svarīgi, lai būtu vietas, kur apmesties un jauki pavadīt atpūtu.

Patēriņa tirgus apjoms.

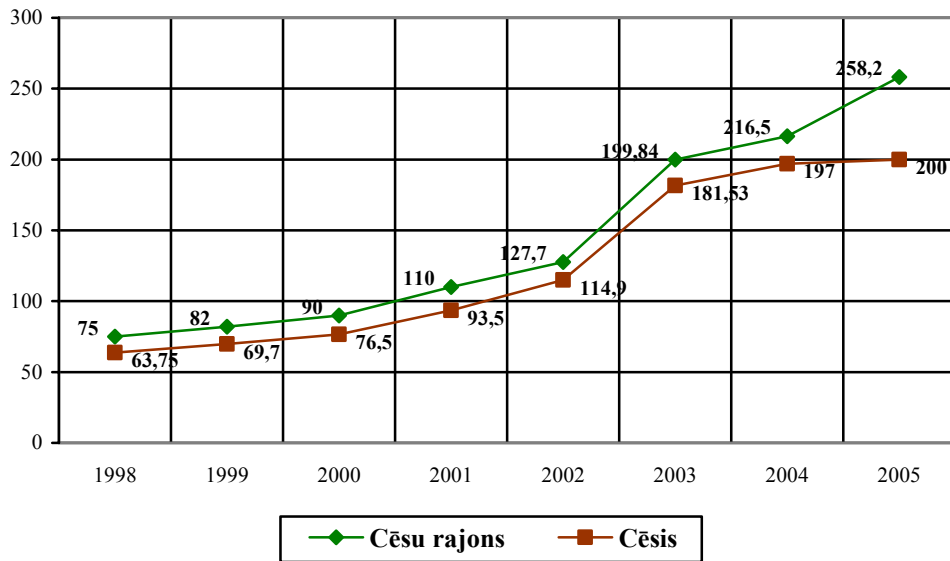
(„Lauku ceļotāja” datu bāzes statistika un novērtējums, balstoties uz naktsmītņu īpašnieku aptaujas rezultātiem)

- 2005. gadā tūristi Latvijas lauku naktsmītnēs pavadījuši **~325.330 gultas naktis**, kas ir par 12% vairāk nekā pērn.
- vidējais naktsmītņu noslogojums 2005. gadā bija **17%**. Lai arī tūristu skaits ir pieaudzis, tomēr naktsmītņu vidējais noslogojums ir saglabājies nemainīgs, salīdzinot ar 2004. gadu. Tas saistīts ar to, ka vienlīdz ar pieprasījumu pieaug arī piedāvājums – naktsmītņu un gultas vietu skaits.
- no visām lauku naktsmītnēs pavadītajām gultas naktīm 2005. gadā **80% sastādīja vietējie atpūtnieki**, bet **20% - ārvalstu tūristi**. Savukārt no visām naktīm, ko tūristi rezervējuši caur „Lauku ceļotāju”, ārvalstu tūristi sastāda 58%, kas parāda asociācijas būtisko lomu tieši ārvalstu tūristu piesaistē.
- 53% no visām ārvalstu tūristu pavadītajām gultas naktīm veido tūristi no Vācijas, kam seko Lielbritānija (7%), Somija (6%), Nīderlande (5%), Francija (4%) un Beļģija (4%). Visstraujāk pēdējo 2 gadu laikā ir pieaudzis Igaunijas, Lielbritānijas, Beļģijas un Vācijas tūristu pavadīto nakšu skaits (par 86%-130%);
- 70% no visiem tūristiem laukos atpūtušies vasaras mēnešos;
- vidējais viesu uzturēšanās ilgums lauku naktsmītnēs: vietējie tūristi – **1,4 diennaktis**, ārvalstu tūristi – **3,25 diennaktis**;
- 2005. gadā tūristi par nakšņošanu asociācijas datu bāzē esošajās lauku naktsmītnēs iztērējuši vismaz **4 milj. Ls**, kas ir par 26% vairāk nekā 2004.gadā;
- saskaņā ar Eiropas Lauku tūrisma federācijas „EuroGites” novērtēšanas metodi par nakšņošanu tiek tērēti 60% no kopējās lauku naktsmītnē atstātās summas, pārējie 40% tiek tērēti dažādiem papildus pakalpojumiem (aktīvai atpūtai, ēdienam u.c.), līdz ar to var secināt, ka kopumā tūristi lauku naktsmītņu saimniekiem 2005. gadā ienesuši vismaz **7 milj. Ls**. Bet, ja pieņem, ka „Lauku ceļotāja” datu bāzē ir 40% no visām Latvijas lauku naktsmītnēm, tad varam uzskatīt, ka kopumā Latvijas lauku tūrisma mītnēs tūristi iztērējuši vismaz **17,5 milj. Ls**.
- savukārt, ja šo tūristu iztērēto naudu lauku naktsmītnēs pareizina ar tā saucamo multiplikatora koeficientu, kas saskaņā ar „EuroGites” aprēķiniem jaunajās ES dalībvalstīs ir 1,8 un veido visu to naudu, ko tūristi tērē pa ceļam uz un no naktsmītnes, piemēram, krodziņos, veikalos, muzejos, benzīntankos u.c., tad varam

secināt, ka tūrisms Latvijas lauku teritorijās 2005. gadā kopumā ienesis vismaz **31,5 milj. Ls.** [15]

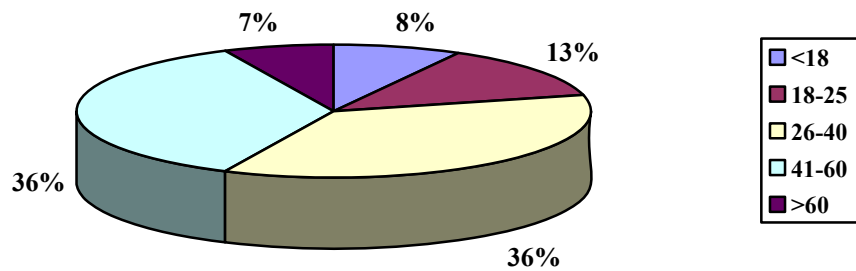
Tirgus tendences un to analīze.

Cēsu Tūrisma informācijas centra (Cēsu TIC) apkopotie dati liecina, ka Cēsu rajonā ir vērojams tūristu skaita pieaugums. Uz to norāda gan Cēsu TIC apmeklētāju statistika, gan dati par apmeklētāju skaitu pilsētā un rajonā kopumā (skat. 8.1 attēlu).



5.1 attēls Apmeklētāju skaits Cēsis un Cēsu rajonā no 1998. gada līdz 2005. gadam (tk).[20]

Cēsu rajonā 2005. gadā tūristu skaits palielinājies par vairāk nekā 19 %. [8] 74 % Cēsu TIC apmeklētāju 2005. gadā bija ārzemju tūristi. Lielākā daļa (94 %) Cēsu TIC apkalpo ārzemnieku ir bijuši Eiropas valstu iedzīvotāji. 70 % gadījumu ir izdevies uzzināt valsti, no kurienes tūristi bija ieradušies. Ārvalstis, no kurām apkalpots visvairāk tūristu: Vācija – 47.5 %, Igaunija – 8.08 %, Francija – 6.6 %, Polija – 4.04 %, Lielbritānija – 3.43 %. 82 % no Cēsu viesiem, kas apmeklējuši Cēsu TIC, bijuši individuāli.[20]



5.2 attēls Cēsu Tūrisma informācijas centra apmeklētāju sadalījums pa vecuma grupā 2005. gadā[20]

Vislielākais tūristu skaits, kuri ir apmeklējuši Cēsu TIC, ir vecuma grupā no 26 līdz 60 gadiem (skat. 8.2 attēlu). Jāņem vērā ir tas, ka vislielākais tūristu daudzums, kas apmeklē TIC ir ārzemju tūristi, kas % sastāda vairāk kā pusi no visiem TIC apmeklējošajiem tūristiem.

Pētījums par tūrisma pakalpojumu kvalitāti Cēsīs un Cēsu rajonā.

No 2006. gada maijam līdz pat augustam tika veikts apjomīgs pētījums par tūrisma pakalpojumu un to kvalitātes novērtējumu Cēsīs un Cēsu rajonā. Pētījuma ietvaros kopumā Cēsīs aptaujāti 1107 respondenti, 401 vietējais iedzīvotājs, 393 Latvijas un 313 ārvalstu ceļotāji.

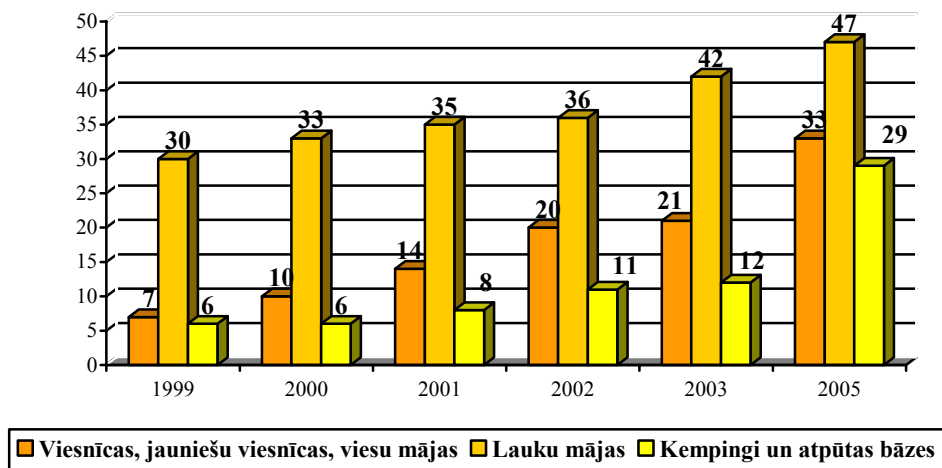
Šis līdz šim nopietnākais pētījums par vietējo iedzīvotāju un Cēsu viesu skatījumu uz tūrisma infrastruktūru un piedāvātajiem pakalpojumiem Cēsīs un rajonā.

- Kopumā aptaujātie ārvalstu respondenti bija no 28 valstīm. Visvairāk no Vācijas (42 %), Nīderlandes (7 %), Igaunijas un ASV (no katras pa 5,8 %), Zviedrijas, Itālijas un Beļģijas (3,5 %). Savukārt gandrīz 50 % vietējo ceļotāju Cēsīs ierodas no Rīgas. Lielākā daļa ceļotāju Cēsīs ierodas kopā ar ģimeni vai draugiem ar personīgo transporta līdzekli, salīdzinoši daudzi (13 %) izmanto velosipēdu.
- Patīkami, ka vairāk kā 90 % Latvijas ceļotājiem Cēsīs un Cēsu rajons ir atkārtots galamērķis un uz jautājumu, vai apmeklēsiet Cēsīs vēlreiz, 100 % ceļotāji no dažādām Latvijas malā atbildējuši apstiprinoši. Savukārt 84 % ārzemju tūristu Cēsīs šovasar bija ieradušies pirmoreiz. Lielākā daļa Latvijas un ārvalstu ceļotāju Cēsīs un rajonā uzkavējas vienu dienu, iekļaujot viduslaiku pilsētu kā vienu no apskates vietām savā ceļojuma maršrutā.
- Pētījums rāda, ka ārvalstu ceļotāji labprāt izvēlas naktsmītnes gan tieši pilsētā (40 %), gan 10 – 25 km rādiusā ap Cēsīm (60 %). Savukārt Latvijas ceļotāji biežāk izmanto iespēju nakšņot pie radiem vai draugiem.

- Kā rāda tūrisma informācijas centra (TIC) apkopotā statistika par TIC apmeklētājiem – lielākā daļa ir ārvalstu ceļotāji. Pētījuma rezultāti liecina, ka informācijas centrā visbiežāk iegriežas ārzemnieki – gandrīz 50 % no aptaujātajiem ārzemju viesiem ir apmeklējuši Cēsu TIC. Salīdzinoši tikai katrs ceturtais vietējais iedzīvotājs vismaz vienu reizi ir bijis informācijas centrā un katrs desmitais no aptaujātajiem Latvijas ceļotājiem sīkāku informāciju par atpūtas iespējām meklējuši TIC.

Tūrisma informācijas centra darba novērtējums gan vietējo, gan ārvalstu ceļotāju skatījumā, apliecina, ka TIC darbojas atbilstoši tūristu vēlmēm vajadzībām. [20]

Pieaugot apmeklētāju skaitam, kam ir tendence palielināties, Cēsu rajonā arvien pieaug arī visa veida naktsmītņu skaits. Uzņēmēju izrādītā interese par iesaistīšanos tūrisma nozarē norāda uz iespējamo atpūtas vietu skaita pieaugumu arī turpmāk. Cēsu rajonā ir vislielākais skaits naktsmītņu Vidzemes reģionā, kopā 109 naktsmītnes (skat. 8.3 attēlu).



5.3 attēls Naktsmītņu skaits Cēsu rajonā no 1999. gada līdz 2005. gadam.[20]

Tirgus attīstības nākotnes perspektīvas.

Tūrisms ir viens no sektoriem, uz ko gandrīz ikkatra pašvaldība liek lielas cerības. Tūrisma attīstības nacionālā programma 2001.-2010.gadam atsaucas uz Pasaules tūrisma organizācijas prognozi, ka pasaules tūrisma industrija strauji paplašināsies. Īpaši to varētu izjust Baltijas jūras reģionā, kas ir strauji augošs un saimnieciski aktīvs.

Virkne rādītāju liecina, ka Latvija pašlaik pilnībā neizmanto iespējas tūrisma industrijā. Tūrisma pakalpojumu īpatsvars valsts IKP ir 1,8%, bet Somijā, kam ir līdzīgi dabas resursi un klimats, šis procents ir 4,1%. Tūrisma eksperti prognozē, ka tūrisma pakalpojumu īpatsvars Latvijas IKP varētu palielināties vismaz divkārt vai trīskārt. Tāds pieaugums radītu vairāk darba vietu šajā nozarē, kur pašlaik nodarbināti tikai 0,34% strādājošo tūrismā un 6% ar tūrismu saistītos darbības virzienus.

Valsts tūrisma attīstības programma izceļ divas galvenās tūrisma resursu koncentrācijas vietas Vidzemes plānošanas reģionā: Gaujas Nacionālo parku un Ziemeļvidzemi. Tā piemin arī to, ka Vidzemes centrālajai daļai piemīt vislielākais aktīvā un specializētā tūrisma potenciāls valstī.

Aptauja par interesi, kādu izraisa Vidzeme - tūrisma objekts, atklāja, ka reģionu lielā mērā saista ar kalniem (tik augstiem, cik nu tie Latvijā mēdz būt). Var teikt, ka reģionu uztver ar divu burtu G palīdzību - valsts augstākā punkts Gaiziņkalns (311,6 m virs jūras līmeņa) un brīnišķīgās dabas ainavas ap Gauju upi. Reģions ir populārs arī lielā vēstures pieminekļu skaita, piļu un pilsdrupu dēļ. Aptauja rāda, ka Cēsis ir vispopulārākā tūrisma vieta plānošanas reģionā.

Vidzemes tūrisma asociāciju (VTA) nolūkā attīstīt un veicināt šo nozari gan reģionā, gan ārpus tā. VTA strādā ar reģiona tūrisma resursu analīzi, produktu attīstību un saistītām reklāmas aktivitātēm. 2001.gadā reģionā darbojas septiņi tūrisma informācijas centri (TIC). TIC nozīme ir informēt reģiona apmeklētājus par tūrisma iespējām, ko piedāvā tuvākā apkārtnē.

Kaut arī pastāv Vidzemes tūrisma asociācija, kā arī virkne TIC, pašreiz informācija par reģiona tūrisma iespējām ir ierobežota. Pārāk maz informācijas par reģiona tūrisma produktiem atrodams internetā, kas kļūst par vispopulārāko informācijas avotu. Augstākminētās aptaujas respondenti norādīja arī uz informācijas nepietiekamību, informācijas trūkumu ārvalstu valodās, zīmju, tualešu un citu tūrisma infrastruktūras elementu trūkumu.

Vispopulārākie Vidzemes tūrisma resursi ir vēstures un kultūras pieminekļi, un 38% respondentu šos objektus apmeklē vienas dienas maršrutā. Tas norāda, ka ātro uzkodu vietas un restorāni ir viens no svarīgākajiem tūrisma infrastruktūras objektiem. Pašreiz apmešanās vietu skaita palielināšana, to standartu uzlabošana un cenu pazemināšana var palīdzēt paplašināt vienas dienas maršrutus līdz vismaz divu dienu braucieniem vai nedēļas nogales tūrēm.

Saskaņā ar Vidzemes tūrisma asociācijas datu bāzi, pavisam ir apmēram 2000 gultas tūristu izmitināšanai. Dažām no tām ir sezonāls raksturs, piemēram, telšu laukumiem.

Tiem, kurus interesē sports brīvā dabā, Vidzeme var piedāvāt plašu aktīvam tūrismam paredzētu produktu klāstu. Tas ietver kājnieku, divriteņu, kanoe, kempinga tūrismu un makšķerēšanu vasarā ar iespējām iznomāt nepieciešamo inventāru, pasūtīt maršrutu plānu un sagatavošanu, transportu utt. Ziemā piecas kalnu slēpošanas vietas ar pacelājiem aicina slēpotājus. Pašreiz, reaģējot uz pieprasījumu, šajās vietās notiek strauja attīstība - tiek uzlaboti pacelāji un pārējās iekārtas, iekārtoti inventāra nomas punkti, kā arī uzstādītas sniega mašīnas slēpošanas sezonas pagarināšanai un nepieciešamo sniega apstākļu saglabāšanai sezonas laikā.

Lauku tūrisms kļūst par svarīgu Latvijas tūrisma pakalpojumu sastāvdaļu un vienlaikus palīdz diversificēt tradicionālo lauksaimniecību, kas cieš pakāpenisku lejupslīdi. Galvenā lauku tūrisma mērķa grupa ir vietējais ceļotājs. Cēsu rajonā vislielākais saimniecību skaits iesaistījies

Latvijas Lauku tūrisma asociācijas “Lauku ceļotājs” sistēmā. Šis rajons ieņem arī līdera pozīciju lauku tūristu piesaistē. Saskaņā ar statistiku, kopējam lauku viensētu skaitam, kuras piedāvā šos pakalpojumus, kā arī gultu un viesu skaitam ir tendence palielināties. No 1999. līdz 2000.gadam lauku viensētu skaits palielinājās par 48%, gultas vietu skaits par 157% un tūristu nakšu skaits par 18%. Plašāku informāciju par šo asociāciju meklējiet www.celotajs.lv.

Tūrismu uzskata par sektoru ar attīstības potenciālu Cēsu rajonā. Pašreiz rajons ir vienlīdz populārs vietējo un ārzemju tūristu vidū. Pēdējo gadu laikā ārzemju viesu nakšu skaits uz 1000 iedzīvotājiem palielinājies - rajons ieņem 14.vietu 51 Baltijas reģiona vidū (otrā līmeņa pašvaldības). Rajonam ir ne tikai spēcīgs pamats tūrisma attīstībai - bagāts dabas, kultūras un vēsturiskais mantojums, bet arī salīdzinoši labi attīstīta tūrisma infrastruktūra. Reģiona modernākais hotelis ar sanāksmju telpām atrodas Cēsīs.

Ekotūrisms un lauku tūrisms, kā arī ziemas sports diezgan veiksmīgi attīstījušies Madonas rajonā, it īpaši 1990.-to gadu beigās. Vispopulārākā vieta ziemas sportam ir Gaiziņš, kur iekārtotas trases kalna slēpošanai.[18]

5.2 Prognozējamā tirgus daļa, kuru ieņems uzņēmums. Faktoru, kas nosaka uzņēmuma konkurētspēju konkrētajā tirgū, analīze.

Konkurētspējīga cena.

Uzņēmumiem neskatoties uz to, kādā sfērā tie darbojas vai darbosies, noteikti ir jāsasakaras ar jautājumu cenu veidošana. Mārketinga izpratnē cenu veidošana ir viens no svarīgākajiem uzņēmuma darbības veidiem.[11,425]. Veidojot cenu pirmām kārtām ir jānosaka, ko uzņēmums vēlas panākt, kādus mērķus īstenot pārdodot savu produkciju vai pakalpojumu. Atkarībā no konkrētajiem mērķiem atšķirsies arī cenu veidošanas pieeja.[11,427]. Uzņēmuma cenu veidošanas mērķi var būt sekojoši:

- nodrošinot uzņēmuma izdzīvošanu un attīstību tirgū;
- maksimāli palielinot peļņu;
- nodrošinot lielāku tirgus daļu;
- nodrošinot lielāku produktu realizācijas apjomu.

Cenu veidošanās koncepcijā ir jāņem vērā ne tikai uzņēmuma iekšējie faktori, bet arī ārējie faktori. Pēc konkurences kritērija pārdevēja un pircēja cena lielā mērā ir atkarīga no tirgus tipa. Uzņēmums SIA „Kreīļi” darbosies monopolistiskā tirgus tipa konkurencē, kāda arī pārsvarā valda visā Latvijā. Šajā tirgus tipā katrs uzņēmums ir savdabīgs monopolists, jo piedāvā tirgus segmentiem īpašus produktus par noteiktām cenām. [11,425-438].

Cena būtiski ietekmē uzņēmuma ienākumus, peļņu, kā arī informē par pakalpojuma kvalitātes līmeni. Cenai ir jābūt tādā līmenī, kad no tās var segt izmaksas un nedrīkst pārsniegt līmeni, kad vairs nav pieprasījuma pēc konkrētā pakalpojuma. Bieži vien cena ir pirmais ar ko saskaras vai vēlas zināt potenciālie klienti, neiepazīstoties ar piedāvāto pakalpojumu kvalitāti un citām īpašībām.

Uzņēmums nosakot pakalpojumu cenas vadīsies pēc visiem vispārējiem kritērijiem:

- pēc pieprasījuma;
- pēc kvalitātes īpašībām;
- pēc konkurentu cenām;
- pēc izmaksām;
- pēc sezonas.

Par pamatu tiks ņemta pakalpojumu kvalitāte. Cena tiks noteikta, tā lai nestu uzņēmuma peļņu. Uzņēmums plāno pielietot arī cenu diskrimināciju – atlaides.

$$Cena = izmaksas + uzcenojums$$

Pakalpojuma kvalitāte.

Tad, kad tiks uzsākta uzņēmējdarbība, tiek plānots sadarboties ar profesionālu lauku tūrisma asociāciju – Lauku ceļotājs. Asociācija „Lauku ceļotājs” šobrīd apvieno vairāk kā 500 naktsmītnes laukos un pilsētās – tagad arī Viļņā, Rīgā un Tallinā. Kā arī ceļot gribētājiem piedāvā ceļojumu maršrutus ar automašīnām, velosipēdiem un laivām, lauku labumus – amatnieki, dzīvnieku dārzi u.c. interesantas saimniecības, automašīnu, velosipēdu un laivu nomu, kā arī neiztrūkstošu ceļotāja piederumu kā karte, ceļvedis un atlants.

Asociācijai „Lauku ceļotājs” ir sava kvalitātes kategoriju sistēma. Lauku ceļotājs klātienē apskata naktsmītnes, tādēļ pieejamā informācija ir droša un uzticama, lai palīdzētu tūristiem orientēties plašajā lauku tūrisma piedāvājumā un atrast savām prasībām atbilstošāko atpūtas vietu, lauku, ciema, viesu un brīvdienu māju Latvijā piešķir vienu no četrām kvalitātes kategorijām, kas tiek apzīmēta ar 1 – 4 taureņiem, taurenīšu sistēma tika ieviesta 2005. gadā.

Lauku, ciema un viesu māju kvalitātes kategorijas:

1 taurenis – minimālas ērtības

Mājā ir elektrība, kanalizācija. Istabas nelielas, iekārtotas vienkārši – gulta, krēsls un pakaramais virsdrēbēm. Mazgāšanās pirtiņā vai citā telpā ārpus mājas. „Sirsniņmājiņa” – sausā tualete var būt mājā vai ārā.

2 taureņi – vienkārša

Viesu rīcībā guļamistabas un dažkārt arī dzīvojamā istaba vai halle, kura var būt koplietošanā ar saimniekiem, kalpot arī kā ēdamistaba un/vai izmantojam viesībām. Dušas telpa uz WC ir mājā, parasti koplietošanā ar saimnieku ģimeni vai koplietošanā visiem viesiem. Telpas ir plašākas un iekārtojums ir ērtāks nekā iepriekšējā kategorijā. Pie mājas ir vieta atpūtai brīvā dabā.

3 taureņi – laba

Viesiem dzīvojamā istaba atsevišķi no saimniekiem. Mazgāšanās telpas un WC var būt viesu koplietošanā vai atsevišķa mazgāšanās telpa un tualete katrai guļamistabai, bet ar ieeju no kopējām telpām. Mājīgs un saskaņots interjers. Apkārtnē īpaši iekārtota viesu ērtībām – piemēram, dārza mēbeles, lapene, piknika vieta. Labas kvalitātes inventārs atpūtai.

4 taureņi – ļoti laba

Atsevišķa ieeja. Visas telpas – guļamistabas, dzīvojamā istaba, mazgāšanās telpas, u.c. – plašas, ērti iekārtotas. Viesu guļamistabas ar dušu/vannu un WC. Guļamistabās vai dzīvojamā istabā TV, audio. Daudzveidīgs un kvalitatīvs atpūtas piedāvājums un inventārs. Plašs dārzs, zālājs, īpaši veidota ainava. [15]

Viesu namā „Kreiļi” būs mājīgs interjers, katrā istabiņā, kas atradīsies otrajā stāvā būs divvietīgas gultas, nakts skapīši, drēbju skapis un spogulis. Koridorā būs koplietošanas dušas telpa un WC. Pirmajā stāvā būs kamīnzāle, kur būs dīvāns ar atpūtas krēsliem, TV un audio. Mājas piebūvē būs izveidota virtuve, kur būs pieejami trauki un galda piederumi, ledusskapis. Ārā būs lauku pirtiņa ar dīķīti un grila mājiņu. Saimnieki sadarbosies arī ar apsardzes firmu, tā kā mantas visas būs drošībā. Tā kā dušas un WC telpas nebūs viesu istabiņās tad, dibinātāji tiecas uz kvalitātes novērtējumu ar 3 taureņiem, jo pārējās prasības pilnībā atbildīs noteiktajam standartam.

Neizvietojams, unikāls pakalpojums.

Lielākoties uzņēmumos, kas uzņem viesus laukos t. i. viesu mājas, brīvdienu mājas, lauku mājas u.tml. katra cenšas piesaistīt klientus dažnedažādi dažādojot savu pakalpojumu klāstu, lai viesiem būtu interesanti un turpmāk atgrieztos, vai ieteiktu citiem.

Lielākoties piedāvātie pakalpojumi atkārojas, tiek piedāvātas pirtis, laivu noma, peldēšanās iespējas utt., arī viesu mājā „Kreiļi” būs līdzīgi, savukārt papildus pirts iznomāšanai viesiem būs iespēja izmantot pirtnieka pakalpojumus. Šis varētu būt vienkārši unikāls pakalpojums.

Apkalpošana.

Lai uzņēmums veiksmīgi darbotos ļoti būtisks ir apkalpojošais personāls, jo tieši no klientu apkalpošanas ir atkarīgs cik ļoti klientam patiks atrasties viesu namā, tāpēc uzņēmuma darbinieki tiks apmācīti un iepazīstināti ar dažādiem jauninājumiem.

Atrašanās vieta.

Viesu nams „Kreiļi” atradīsies Cēsu rajonā, Drabešu pagastā, 3 km attālumā no Cēsu pilsētas.

"Vidzemes sirds" Cēsis atrodas Vidzemes Centrālās augstienes rietumdaļā Gaujas krastos (90 km no Rīgas). Izceldamās gan ar apkārtnes skaistumu, gan savas slavenās pagātnes lieciniekiem, pilsēta ir viena no visieciņākajām tūrisma vietām Latvijā.

Cēsis ir viena no skaistākajām Latvijas pilsētām ar senu vēsturi un tradīcijām. Unikālā un harmoniskā kombinācija, ko veido Cēsu pilsētas parki, vēsturiskās celtnes, bruģa ieliņas, koka mājas un skaistie pilsētas laukumi.

5.3 Iespējamie būtiskākie konkurenti, to tirgus daļas un attīstības prognozes.

Cēsis ir otra vecākā Latvijas pilsēta, kas atrodas Latvijas Ziemeļaustrumu daļā, Vidzemes augstienē. Tā ir krāšņām dabas ainavām un vēstures liecībām bagāta pilsēta. Pilnīgi noteikti saprotams, ka konkurence liela būs šajā apkaimē. [16] Kā arī ir zināms, ka konkurenti ir spēks, kas ietekmē uzņēmuma darbību, būtiski ietekmējot lēmumu pieņemšanas procesu. Ar konkurences cīņu ikdienā saskaras jebkurš uzņēmums, kurš nedarbojas monopoltirgū. Lai ieietu un saglabātu vietu tirgū, kā arī piesaistītu pēc iespējas vairāk jaunus klientus, uzņēmumam jāanalizē konkurentu piedāvājumi.

Naktsmītnes Cēsīs. [16]

<i>Nosaukums</i>	<i>Piedāvājums</i>	<i>Cena</i>	<i>Vietu skaits</i>
<i>Hotelkolonna</i> , viesnīca	Kafejnīca, restorāns, vasaras terase, telpas banketiem un semināriem, skaistumkopšanas salons	vienvietīgs – 30 Ls divvietīgs – 42 Ls	75
<i>Katrīna</i> , viesnīca	Kafejnīca (20 pers.), banketu zāle (30 pers.), sauna ar zāli svinībām (20 pers.), auto stāvvietā	vienvietīgs – 28 Ls divvietīgs – 36 Ls	16
<i>Province</i> , viesu nams	Kafejnīca (45-50 vietas), auto stāvvietā. Izjādes ar zirgiem, bērniem vizināšanās ar kartingiem.	Vienvietīgs – 20 Ls divvietīgs – 28 Ls	10
<i>Cīruliši</i> , viesnīca	Kafejnīca, pirts, telpas banketiem un semināriem, peldbaseins.	12 – 40 Ls par numuru	160
<i>Saules vārti</i>	Telpas banketiem un semināriem (50 pers.), turku pirts, kafejnīca	20 – 30 Ls par numuru	17 + 3
<i>Birzes</i> , viesu nams	5 istabas, pirts, kamīnzāle (15 pers.), banketa zāle (25-30 pers.)	10 Ls no pers./150 Ls par māju	16
<i>Mārtiņš</i> , viesu māja	Māja klusā privātmāju raj. 5 labiekārtoti numuri, pirts, garāža. Brokastīs – zviedru galds	10 Ls no pers./15-25 Ls par numuru	9
<i>Pie Ričarda</i> , viesu māja	Plaša guļbaļķu māja ar telpām banketiem un semināriem, virtuvi, pirti un baseinu.	170 Ls par māju	6 – 12

Naktsmītnes Cēsu apkārtnē [16]

<i>Nosaukums</i>	<i>Attālums līdz Cēsīm</i>	<i>Piedāvājums</i>	<i>Cena</i>	<i>Vietu skaits</i>
<i>Meža rozēs</i>	18 km	Kamīnistaba, pirts, makšķerēšana, vizināšanās ar laivu.	60 Ls nakts 280 Ls ned.	6
<i>Celmi</i>	15 km	Pirts, velonoma, telpas svinībām	12 Ls (B&B)*	10 + 8
<i>Imantas</i>	15 km	Lauku māja Gaujas Nacionālajā parkā, kamīnistaba, pirts, blakus "Kārļi" sēpošanas trase, vieta atpūtai ar bērniem, lauku pirts.	8 Ls (B&B)*	6 + 6
<i>Krasti</i>	15 km	2 caurstaigājamas guļamistabas saimnieku lauku mājā, kamīnistaba, pirts, velosipēdu un kanoe laivu noma.	10 Ls no pers.	6 + 4
<i>Rožkalns</i>	15 km	Raiskuma ezera tuvumā, istaba ar kamīnu, sauna.	12 Ls (B&B)*	4 + 2
<i>Ezerklabi</i>	18 km	Virtuve, sauna, kamīns, makšķerēšana, peldēšana, laivu noma.	300 Ls ned.	4 + 3
<i>Jaun-ieviņas</i>	24 km	Guļbūves viesu māja dīķa krastā ar kamīnzāli, lauku pirts un masāžas vanna, pirtnieka pakalp., bioloģiskās lauksaimniec. prod. Aplokā savvaļas zirgi	12/18 Ls no pers. 265 Ls nakts	9 + 20
<i>Jaunbrenģuļi</i>	5 km	Namiņš pie dīķa, kamīnistaba ar virtuvi, pastaigas mežā līdz Gaujai, Sarkanajām klintīm. Žagarkalna slēpošanas trase 4 km., laivu un velonoma, peldēšana.	30 Ls nakts 160 Ls ned.	2 + 2
<i>Lejas ozoli</i>	-	Guļbūves brīvdienu māja, pirts, svinību telpa, telšu vietas, piknika vietas. Vasarā – ogošana, sēņošana, makšķerēšana Gaujas attekās.	15 Ls no pers. 50 Ls nakts 200 Ls ned.	6 + 6

* - nakšņošana un brokastis

5.1 tabulā var redzēt viesnīcas un viesu mājas, kas atrodas pašā Cēsu pilsētā, savukārt 5.2 tabulā ir piedāvājumi Cēsu raj., tabulā nav iekļautas visas viesu un lauku mājas, bet gan potenciālie konkurenti, kas atrodas tuvāk Cēsīm. Lielākoties visas viesu un lauku mājas strādā visu cauru gadu, jo kā jau autore iepriekš minēja, ka Cēsīs un Cēsu rajonā tūristu pieplūdums ir visās sezonās, pat ziemā.

Konkurence ir salīdzinoši liela, jo katrs konkurents cenšas ar kaut ko atšķirties un tas ir saprotami, ka katrs cenšas kaut ko uzlabot vai ieviest kaut ko jaunu, lai veiksmīgi darbotos šajā tirgū.

Viesu nama „Kreīli” viens no unikālajiem pakalpojumiem, kas atšķirsies no konkurentiem būs profesionāla pirtnieka pakalpojumu sniegšana, kas būs pievilcīgs pakalpojums potenciālajiem viesu nama un pirts apmeklētājiem, jo īpaši ziemas sezonā pēc garas dienas, kas būs pavadīta kalnos.

Kā vienu no plusiem konkurentu starpā, kas atrodas Cēsu apkārtnē, var minēt viesu nama „Kreīli” viesiem izdevīgo atrašanās vietu no dažādiem apskates un atpūtas objektiem.

Uzņēmuma gaidāmās pozīcijas tirgū, SVID analīze

5.3 tabula

Uzņēmuma gaidāmo stipro un vājo pušu, iespēju un draudu analīze (SVID analīze)

<i>Stiprās pušes (iekšējā vide)</i>	<i>Vājās pušes (iekšējā vide)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - laipns apkalpojošais personāls; - viegli atrast; - sakopta vide; - atšķirīgs pakalpojumu sortiments; - konkurētspējīgas cenas; - ērta piebraukšana. 	<ul style="list-style-type: none"> - uzņēmuma atpazīstamība tirgū; - neliels klientu skaits (sākuma stadijā).
<i>Iespējas (ārējā vide)</i>	<i>Draudi (ārējā vide)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - pilnveidot pakalpojumu sortimentu; - sakaru nodrošinājuma attīstība; - uzņēmuma paplašināšanās; - iespēja piesaistīt papildus līdzekļus no lauku atbalsta dienesta; - apmācīt darbiniekus; - veicināt uzņēmuma atpazīstamību tirgū; - paplašināt tirgus daļu. 	<ul style="list-style-type: none"> - jaunu konkurentu parādīšanās tirgū; - esošo konkurentu attīstība; - inflācijas pieaugums valstī; - atkarība no dabas apstākļiem; - klientu maksātspējas samazināšanās, bezdarba paaugstināšanās; - valsts politiskās nepilnības likumdošanā.

6. Projekta realizācijas izklāsts

6.1 Projekta mērķis (īstermiņā, ilgtermiņā un uzdevumi, lai to sasniegtu).

Mērķis - izstrādāt projektu viesu nama „Kreiļi” dibināšanai un tā darbības plānošana līdz 2008. gada slēpošanas sezonas sākumam, kura klienti būs slēpotāji – ģimenes ar vidējiem un augstiem ienākumiem, kas apmeklēs slēpošanas trases Cēsīs un tuvākajā apkaimē, tādējādi nodrošinot viesu namam „Kreiļi” ikgadējo peļņas pieaugumu par 10 %.

Lai sasniegtu mērķi, kas ir nodrošināt viesu namam „Kreiļi” ikgadējo peļņas pieaugumu par 10 %, ļoti svarīgi, lai viesu nams būtu iecienīts klientu – tūristu vidū un, lai tā notiktu, klientiem ir jāsniedz kvalitatīvi pakalpojumu un jābūt laipnai apkalpošanai, tā, lai uz šo viesu namu klienti atgrieztos vēl un vēl.

Sākotnēji uzņēmums būs jauns un mazpazīstams, jo uzņēmums tikai uzsāks savu darbību un nu jau esošajā tirgū būs jāienāk kā „jauniņajam”. Uzņēmuma primārie mērķi būs kļūt atpazīstamam lauku tūrisma pakalpojumus sniedzošo uzņēmumu vidū un gūt klientu atzinību, sniedzot kvalitatīvus pakalpojumus, kas viss kopā ļaus gūt arī peļņu.

Projekta mērķis īstermiņā.

- veiksmīgi uzsākt uzņēmējdarbību tūrisma pakalpojumu sfērā;
- būt konkurētspējīgiem, piedāvājot dažādus klientu prasībām atbilstošus pakalpojumus;
- nostiprināt savu vietu tirgū;
- jāizvieto laba vizuālā reklāma;
- izveidot uzņēmuma mājas lapu internetā;
- gūt klientu atzinību, jo labākā reklāma ir paši klienti;
- realizējot visus iepriekšējos īstermiņa mērķus, gūt peļņu.

Projekta mērķis ilgtermiņā.

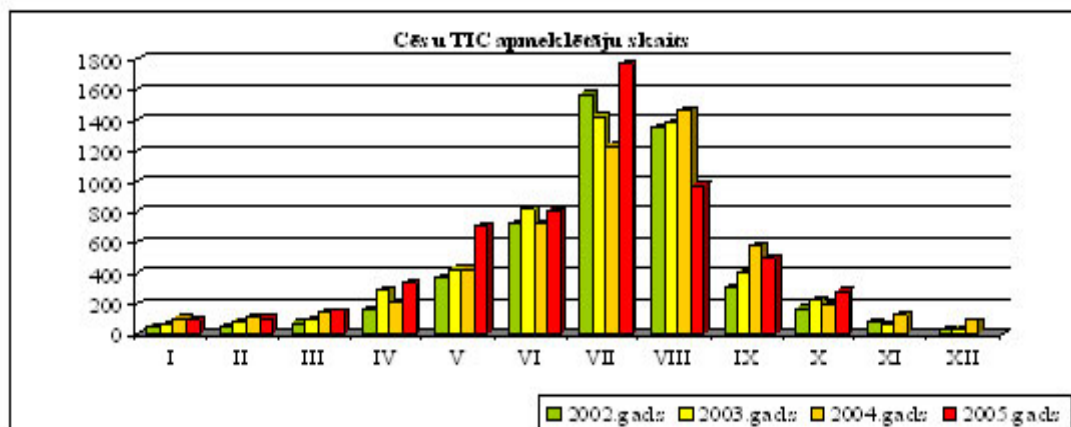
- iegūt kvalitātes zīmi, ko izsniedz LLTA “Lauku ceļotājs” piešķir par viesmīlību un pakalpojumu kvalitāti tām lauku saimniecībām, kuras uzņem viesus jau ilgāk par gadu un par kurām saņemtas sevišķi labas atsauksmes no viesiem.[17]
- pakāpeniski paplašināt uzņēmuma darbību;
- palielināt klientu skaitu;
- gūt peļņu.

Uzdevumi, lai sasniegtu mērķus.

- lai veiksmīgi uzsāktu uzņēmējdarbību tūrisma pakalpojumu sfērā, jāveic statistikas analīze par tūristu apmeklējumu konkrētajā apkaimē;
- lai nostiprinātu savu vietu tirgū jāveic analīze līdzīgu uzņēmumu darbības izpētē, lai plānotu sava uzņēmuma darbību, vienlaicīgi ar analīzes veikšanu plānot viesu nama "Kreiji" specifiku;
- lai zinātu par viesu nama eksistēšanu, svarīga ir reklāmas izveide, kā primārā reklāma noteikti būs vizuālās reklāmas izvietošana uz šosejas u.c.;
- lai palielinātu klientu skaitu, veikt izpēti par iespējami potenciālajiem klientiem, līdz ar to veidojot interesantāku piedāvājumu klientiem, atšķirībā no konkurentiem.

6.2 Projekta paredzamais rezultāts.

Kā projekta prioritāte tiek izvirzīta projekta izstrādāšana viesu nama „Kreiji” dibināšanai un tā darbības plānošanai līdz 2008. gada slēpošanas sezonas sākumam.



6.1 attēls Cēsu TIC apmeklētāju skaits no 2002. gada līdz 2005. gadam[19]

Veicot sākotnējo analīzi un, ko var secināt arī 6.1 attēlā, ka aktīvs tūristu ir vasaras sezonā, jo ir atvaļinājumu laiks. Gan Latvijas, gan ārzemju tūristi dodas atpūtā, dažādās aktivitātēs, ekskursijās, notiek dažādi pasākumi visās Latvijas malās. Jāņem vērā arī tas, ka 6.1 attēlā ir apkopoti dati par tūristiem, kas apmeklējuši Cēsu tūrisma informācijas centru (TIC), kas lielākoties ir bijuši ārzemju tūristi, par ko liecina dati no TIC, ka 2005. gadā 74 % ir bijuši ārzemju tūristi.[20].

Savukārt ziema ir periods, kad viena no pazīstamākajām aktivitātēm klientu vidū ir slēpošana, braukšana ar snovbordu u.c. Vietā, kur tiek plānots uzsākt savu uzņēmējdarbību un izveidot viesu namu „Kreīļi” ir ģeogrāfiski tuvu 4 kalniem (Lāču kalni, Andrēnkalns, Žagarkalns un Kārļi), kas atrodas Vidzemes novadā. Līdz ar to, var plānot, ka viesu apmeklējums būs pietiekošs, jo vasaras sezonā klienti labprātāk izvēlas atpūtas vietas pie ūdeņiem, savukārt ziemā aktīvāka ir slēpošana. Kā arī pa ziemas sezonu līdz vasaras sezonai būs viesu nams no klientu puses jau iepazīts un novērtēts.

Ieguvumi:

- sezona un ģeogrāfiskais izvietojums;
- klientu pieprasījums pēc gultas vietām;
- atpazīstamība sākoties vasaras sezonai;
- reklāma.

6.3 Projekta realizācijas vieta.

Viesu nams „Kreīļi” atradīsies ģeogrāfiski izdevīgā vietā, aptuveni 2 km attālumā no Cēsu pilsētas. Cēsis ir otra vecākā Latvijas pilsēta, kas atrodas Latvijas Ziemeļaustrumu daļā, Vidzemes augstienē. Tā ir krāšņām dabas ainavām un vēstures liecībām bagāta pilsēta. Ja cituriet Latvijā viesu mājās bieži vien ir sezonāls viesu apmeklējums, tad šajā viesu namā tiek plānots, ka viesu apmeklējums būs visu gadu, pat ziemā. Viesu namā „Kreīļi” viesu apmeklējums tiek plānots arī ziemas periodos un tie varētu būt pat ienesīgāki kā citos periodos. Ziemas periodos var būt iespējami daudz viesu, jo tieši Cēsis un Cēsu rajonā ir slēpošanai paredzēti un labi pazīstami kalni kā Žagarkalns, Kārļi, Lāču Kalni u.c. Tas arī ir viens no iemesliem kāpēc tiks uzsākta darbība ziemas sezonā.

6.4 Projekta realizācijai nepieciešamie tehniskie līdzekļi.

Kā jau autore iepriekš minēja, viesu nams atradīsies Cēsu rajonā, Drabešu pagastā, saimniecībā „Kreīļi”. Uzņēmuma rīcībā esošā zeme un ēka ir ģimenes īpašums. Zemes kopplatība ha ir 1 543 m².

Projekta pilnai realizācijai papildus būs jāceļ pirts, kuras tuvumā tiks izrakts dīķis un uzcelta grila mājiņa, kā arī jāveic saimniecības ēkas atjaunošana.

6.5 Uzņēmuma resursi.

Ūdens – tiks ņemts no vietējā ūdensvada, tā kvalitāte ir laba. Nepieciešamības gadījumā tiks piegādāts ūdens no avota.

Karstais ūdens – no aprīļa līdz septembra beigām siltā ūdens padeve tiks nodrošināta izmantojot elektrisko ūdens sildītāju, savukārt no oktobra sākuma līdz marta beigām sākot apkuri siltais ūdens padeve būs nodrošināta no mājā ierīkotās centrālās apkures sistēmas.

Notekūdeņi un kanalizācija – tiks novadīti kopējā kanalizācijas sistēmā.

Elektrība – būs pieejam visā mājā, kā arī pirtī. Samaksa par elektroenerģijas izmantošanu būs atkarīga no nodedzināto kilovatu skaita.

Darbspēks – uzņēmumā bez īpašniekiem būs divi palīgstrādnieki, kas veiks visus saimnieciskos darbus – viesu nama un ārējās apkārtnes uzkopšana u.tml.

Sakaru sistēmas – tiks nodrošināti stacionārie telekomunikāciju sakari, ko nodrošinās Lattelekom, kā arī pieejami Latvijas Mobilā telefona (LMT) sniegtie pakalpojumi.

6.6 Plānotā projekta līdzfinansējums.

Lai uzņēmums varētu veiksmīgi darboties sākuma posmā, tam nepieciešami dažāda veida finanšu resursi. SIA “Kreīļi” līdzīpašnieki plāno finansēšanos no personīgā īpašuma un ieguldīt personīgos līdzekļus, kā arī izmantot aizņēmumu. SIA “Kreīļi” plāno saņemt ilgtermiņa kredītu uz izdevīgiem noteikumiem no kredītiestādes, kā nodrošinājumu piedāvājot ķīlas tiesības uz nekustamo īpašumu, kas pieder dibinātāju ģimenei. Kredītiestādes piešķirtie līdzekļi tiks izmantoti saimniecības ēkas atjaunošanai, kas tiks izmantota kā viesu māja un tās labiekārtošanai.

Daļu īpašnieki – dibinātāji 3 fiziskas personas:

Kaspars Kurmītis – ieguldījums 50 % - **17 000 Ls**, kas sastāv no:

- mantiskais ieguldījums - zeme 1 543 m² 7 000 Ls vērtībā
- mantiskais ieguldījums – ēkas (ēka un pirts) 10 000 Ls vērtībā

Jānis Kurmītis – ieguldījums 25 % - **8 500 Ls**, kas sastāv no:

- skaidra nauda 8 500 Ls

Janīna Kurmīte – ieguldījums 25 % - **8 500 Ls**, kas sastāv no:

- skaidra nauda 8 500 Ls

6.7 Pieprasījuma prognoze attiecīgajiem pakalpojumiem.

Atpūta, ko piedāvā Latvijas lauki, ir viena no modernākajām un ekoloģiskajām Eiropā. Pēdējo gadu rezultāti rāda, ka tūristu pieauguma ziņā Latvija ir vienā no pirmajām vietām Eiropā. 2004. gadā pieaugums bija 23 %, savukārt 2005. gadā jau 25 %. Līdz ar tūrismu attīstās arī infrastruktūra, serviss, un 2006. gada provizoriskie rezultāti rāda, ka temps ir saglabājies.

Centrālās statistikas pārvaldes dati liecina, ka šogad (2006. gadā) 1.cet salīdzinājumā ar 2005. gada attiecīgo ceturksni ārvalstu viesu skaits Latvijā palielinājies par 30 %. 2005. gadā, salīdzinot ar 2004. gadu, lauku tūristu pavadīto nakšu skaits lauku naktsmītnēs pieaudzis par 12 % un tiek prognozēts, ka šādi pieauguma tempi saglabāsies arī turpmākajos gados. [12]

Secinājums, īstais laiks uzsākt uzņēmējdarbību tūrisma jomā, jo nu jau Latvija ir viens no tūristu apskates objektiem ne tikai no vietējo iedzīvotāju puses, bet Latvija ir ieinteresējusi arī ārzemju viesus.

Kā jau autore iepriekš minēja arī Cēsu pilsētā un Cēsu rajonā ar katru gadu palielinās tūristu skaits. Tūrisms ir Cēsu attīstības prioritāte un ļoti būtiski, lai tūristiem būtu kur atpūsties pavadot brīvdienas, atvaļinājumu u.tml.

Autore prognozē, ka viesu nama pakalpojumiem būs pieprasījums, jo pakalpojumu cenas salīdzinoši ar konkurentiem būs konkurētspējīgas klientiem pieņemamas.

Projekta finanšu plāns

Lai izvērtētu cik veiksmīga būs uzņēmējdarbība tika sastādīts uzņēmuma finanšu plāns (2008. un 2009. gadam), kurā tiek atspoguļoti plānotie ieņēmumi, izdevumi, naudas plūsmas pārskats, peļņas vai zaudējumu aprēķins un bilance.

Naudas līdzekļu plūsmas pārskats norāda naudas ienākuma avotus uzņēmuma pārskata gada darbības īstenošanai.

Peļņas vai zaudējumu aprēķins ļauj pārlicināties, vai uzņēmuma mērķus ir iespējams sasniegt, īstenojot izstrādāto projektu un, vai uzņēmums strādās ar peļņu vai zaudējumiem, savukārt bilanci izstrādā, lai pārlicinātos par uzņēmuma finansiālo stāvokli konkrētajā laika periodā.

7.1 Uzņēmuma ieņēmumi

Uzņēmuma ieņēmumi uzņēmējdarbības sākumā tiek plānoti no uzņēmuma pamatpakalpojumiem – viesu nama izīrēšanas, istabiņu izīrēšanas, pirts izīrēšanas un citiem papildpakalpojumi.

Plānotie ieņēmumi tika aprēķināti izvērtējot aptuveni maksimālo noslogojumu pa nedēļām un sezonām, jo ziemas periodā plānots, ka viesu namu apmeklēs nedēļas nogalēs, savukārt tā kā vasaras sezonā ir atvaļinājumu laiks, tad maksimālais noslogojums tika aprēķināts ņemot vērā ne tikai brīvdienu apmeklējumus, bet pārējās nedēļas dienas. (skat. 7.1 – 7.10 tab.)

7.1 tabula

Plānotie ieņēmumi par guļamistabu izīrēšanu 2008. gadam [autores aprēķini]

Laika posms	Izīrēšanas reižu skaits (diennaktis)	Cena par diennakti (Ls)	Ieņēmumi (Ls)
Janvāris	15	20 Ls	300 Ls
Februāris	15	20 Ls	300 Ls
Marts	17	20 Ls	340 Ls
Aprīlis	25	20 Ls	500 Ls
Maijs	35	20 Ls	700 Ls
Jūnijs	45	20 Ls	900 Ls
Jūlijs	45	20 Ls	900 Ls
Augusts	45	20 Ls	900 Ls
Septembris	17	20 Ls	340 Ls
Oktobris	15	20 Ls	300 Ls

Novembris	15	20 Ls	300 Ls
Decembris	20	20 Ls	400 Ls
Kopējie ieņēmumi			6180 Ls

7.2 tabula

Plānotie ieņēmumi par guļamistabu izīrēšanu 2009. gadam [autores aprēķini]

Laika posms	Izīrēšanas reižu skaits (diennaktis)	Cena par diennakti (Ls)	Ieņēmumi (Ls)
1. ceturksnis	55	20 Ls	1100 Ls
2. ceturksnis	120	20 Ls	2400 Ls
3. ceturksnis	120	20 Ls	2400 Ls
4. ceturksnis	60	20 Ls	1200 Ls
Kopējie ieņēmumi			7100 Ls

7.1 tabulā tiek apskatīti aptuvenie ieņēmumi, kādus autore plāno iesākot SIA „Kreilī” uzņēmējdarbību no guļamistabu izīrēšanas. Tā kā 2008. gada sākuma mēnešos uzņēmums būs sākuma stadijā, tad maksimālais noslogojums tika izvērtēts mazāks, kāds tas būs pavasara un vasaras mēnešos, jo tad uzņēmums būs jau iepazīts un klientūra būs lielāka. Izvērtējot to, ka pirmais darbības gads būs ieviešanas periods tūrisma nozarē, tad autore nākamajā 2009. gadā plāno jau lielākus ieņēmumus.

7.3 tabula

Plānotie ieņēmumi par pirts izīrēšanu 2008. gads [autores aprēķini]

Laika posms	Izīrēšanas reižu skaits	Cena par 1 stundām	Pirts izīrēšana (ar guļvietām) skaits	Cena par visu pirti ar guļvietām	Ieņēmumi (Ls)
Janvāris	20	3 Ls	4	40 Ls	220 Ls
Februāris	20	3 Ls	4	40 Ls	220 Ls
Marts	25	3 Ls	5	40 Ls	275 Ls
Aprīlis	25	3 Ls	6	40 Ls	315 Ls
Maijs	30	3 Ls	7	40 Ls	370 Ls
Jūnijs	45	3 Ls	8	40 Ls	455 Ls
Jūlijs	50	3 Ls	8	40 Ls	470 Ls
Augusts	45	3 Ls	8	40 Ls	455 Ls
Septembris	25	3 Ls	6	40 Ls	315 Ls
Oktobris	20	3 Ls	6	40 Ls	300 Ls
Novembris	20	3 Ls	4	40 Ls	220 Ls
Decembris	20	3 Ls	4	40 Ls	220 Ls
Kopā ieņēmumi					3835 Ls

Plānotie ieņēmumi par pirts izīrēšanu 2009. gads [autores aprēķini]

Laika posms	Izīrēšanas reižu skaits	Cena par 1 stundu	Pirts izīrēšana (ar guļvietām) skaits	Cena par visu pirti ar guļvietām	Ieņēmumi (Ls)
1.ceturksnis	70	3 Ls	16	40 Ls	850 Ls
2.ceturksnis	100	3 Ls	23	40 Ls	1220 Ls
3.ceturksnis	120	3 Ls	26	40 Ls	1400 Ls
4.ceturksnis	60	3 Ls	23	40 Ls	1100 Ls
Kopā ieņēmumi					4570 Ls

7.3 tabulā tiek apskatīti aptuvenie ieņēmumi, kādus autore plāno iesākot SIA „Kreilī” uzņēmējdarbību no guļamistabu izīrēšanas. Pirts apmeklējumi klientu vidū ir aktuāli gan ziemā, gan vasarā, tāpēc autore maksimālo apmeklējumu skaitu plāno lielāku kā no guļamistabu izīrēšanas. Savukārt 7.4 tabulā tiek plānoti ieņēmumi no pirts izīrēšanas 2009. gadam, kas tiek plānoti lielāki.

Plānotā noieta apjoms par viesu mājas izīrēšanu 2008. gads [autores aprēķini]

Laika posms	Izīrēšanas reižu skaits	Cena par diennakti, Ls	Ieņēmumi, Ls
Janvāris	2	100 Ls	200 Ls
Februāris	2	100 Ls	200 Ls
Marts	2	100 Ls	200 Ls
Aprīlis	2	100 Ls	200 Ls
Maijs	2	100 Ls	200 Ls
Jūnijs	4	100 Ls	400 Ls
Jūlijs	4	100 Ls	400 Ls
Augusts	4	100 Ls	400 Ls
Septembris	2	100 Ls	200 Ls
Oktobris	2	100 Ls	200 Ls
Novembris	2	100 Ls	200 Ls
Decembris	2	100 Ls	200 Ls
Kopā ieņēmumi			3000 Ls

Plānotā noieta apjoms par viesu mājas izīrēšanu 2009. gads [autores aprēķini]

Laika posms	Izīrēšanas reižu skaits	Cena par diennakti, Ls	Ieņēmumi, Ls
1. ceturksnis	6	100 Ls	600 Ls
2. ceturksnis	12	100 Ls	1200 Ls
3. ceturksnis	12	100 Ls	1200 Ls
4. ceturksnis	6	100 Ls	600 Ls
Kopā ieņēmumi			3600 Ls

Par viesu mājas izīrēšanu ieņēmumi tiek plānoti mazāki, kā no guļamistabu un pirts izīrēšanas, jo autore plāno, ka visu viesu māju varētu izīrēt kādām lielākām dzimšanas dienas svinībām vai saviesīgiem vakariem, bet tā kā tiek plānots, ka būs iespējams pirtī izīrēt svinībām līdz 10 cilvēkiem, tad ieņēmumi no viesu izīrēšanas tiek plānoti nedaudz mazāki.

No 7.7 tab. – 7.10 tab. autore apskata aptuvenos ieņēmumus papildus pakalpojumiem kādi tiek plānoti viesu namā ieviest pavasara sezonas sākumā – velosipēdu noma un grila noma, kas aktuālāk būs vasaras mēnešos.

Plānotā noieta apjoms par papildus pakalpojumu velosipēdu nomu 2008.gads [autores aprēķini]

Laika posms	Izīrēšanas reižu skaits	Cena par dienu, Ls	Ieņēmumi, Ls
Novembris	-	5 Ls	-
Decembris	-	5 Ls	-
Marts	4	5 Ls	20 Ls
Aprīlis	6	5 Ls	30 Ls
Maijs	10	5 Ls	50 Ls
Jūnijs	20	5 Ls	100 Ls
Jūlijs	25	5 Ls	125 Ls
Augusts	25	5 Ls	125 Ls
Septembris	20	5 Ls	100 Ls
Oktobris	5	5 Ls	25 Ls
Novembris	-	5 Ls	-
Decembris	-	5 Ls	-
Kopā ieņēmumi			575 Ls

**Plānotā noieta apjoms par papildus pakalpojumu
velosipēdu nomu 2009.gads [autores aprēķini]**

Laika posms	Izīrēšanas reižu skaits	Cena par dienu, Ls	Ieņēmumi, Ls
1. ceturksnis	7	5 Ls	35 Ls
2. ceturksnis	50	5 Ls	250 Ls
3. ceturksnis	80	5 Ls	400 Ls
4. ceturksnis	7	5 Ls	35 Ls
Kopā ieņēmumi			720 Ls

Plānotā noieta apjoms par papildus pakalpojumu grila noma 2008.gads [autores aprēķini]

Laika posms	Izīrēšanas reižu skaits	Cena par stundu, Ls	Ieņēmumi, Ls
Novembris	-	2,0 Ls	-
Decembris	-	2,0 Ls	-
Marts	5	2,0 Ls	10 Ls
Aprīlis	10	2,0 Ls	20 Ls
Maijs	15	2,0 Ls	30 Ls
Jūnijs	50	2,0 Ls	100 Ls
Jūlijs	50	2,0 Ls	100 Ls
Augusts	50	2,0 Ls	100 Ls
Septembris	10	2,0 Ls	20 Ls
Oktobris	5	2,0 Ls	10 Ls
Novembris	-	2,0 Ls	-
Decembris	-	2,0 Ls	-
Kopā ieņēmumi			390 Ls

Plānotā noieta apjoms par papildus pakalpojumu grila noma 2009.gads [autores aprēķini]

Laika posms	Izīrēšanas reižu skaits	Cena par stundu, Ls	Ieņēmumi, Ls
1. ceturksnis	8	2,0 Ls	16 Ls
2. ceturksnis	85	2,0 Ls	170 Ls
3. ceturksnis	130	2,0 Ls	260 Ls
4. ceturksnis	63	2,0 Ls	126Ls
Kopā ieņēmumi			572 Ls

7.2 Uzņēmuma izmaksas

Galvenie uzņēmuma izdevumi uzņēmējdarbības sākumā tiek plānoti – komunālie maksājumi, darbinieku algas un reklāmas izdevumi, kā arī pamatlīdzekļu iegāde, kas tiks atspoguļoti naudas plūsmas pārskatā. (skat 7.11 – 7.14 tab.)

7.11 tabula

Komunālie maksājumu izmaksas (Ls) 2008. gadam [autores aprēķini]

Pakalpojumi	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Maijs	Jūnijs	Jūlijs	Augusts	Septembris	Oktobris	Novembris	Decembris	Kopā
Siltumenerģija	60	60	40	40	35	20	20	20	20	40	60	60	475
Ūdens un kanalizācija	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Elektroenerģija	30	30	20	20	20	20	20	20	25	30	30	30	295
<i>Kopā izmaksas (Ls)</i>	<i>110</i>	<i>110</i>	<i>80</i>	<i>80</i>	<i>75</i>	<i>60</i>	<i>60</i>	<i>60</i>	<i>65</i>	<i>90</i>	<i>110</i>	<i>110</i>	1010

7.12 tabula

Komunālie maksājumu izmaksas (Ls) 2009. gadam [autores aprēķini]

Pakalpojumi	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Maijs	Jūnijs	Jūlijs	Augusts	Septembris	Oktobris	Novembris	Decembris	Kopā
Siltumenerģija	70	70	50	50	45	30	30	30	30	50	70	70	595
Ūdens un kanalizācija	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Elektroenerģija	40	40	30	30	30	30	30	30	35	40	40	40	415
<i>Kopā izmaksas (Ls)</i>	<i>140</i>	<i>140</i>	<i>110</i>	<i>110</i>	<i>105</i>	<i>90</i>	<i>90</i>	<i>90</i>	<i>95</i>	<i>120</i>	<i>140</i>	<i>140</i>	1370

Ņemot vērā to, ka ar katru gadu palielinās izmaksas komunālo maksājumu pakalpojumiem, autore 2009. gadā komunālās izmaksas katrā mēnesī palielināja par 10 Ls.

Kā jau katrā uzņēmumā ir samaksa par padarīto algu, tad ar SIA „Kreīļi” uzņēmumā, katram darbiniekam ir sava darba samaksa, kura ir minēta (skat. 7.18. tab.) Pēc šīs tabulas ir redzams, ka darba devējam darbinieki mēnesī izmaksās 733,39 Ls.

7.13 tabula

Darbinieku darba algas [autores aprēķini]

<i>Amats</i>	<i>Atalgojums mēnesī, Ls (bruto summa)</i>	<i>Summa kopā, Ls</i>	<i>Sociālais nodoklis, 24,09 %</i>	<i>Summa kopā</i>
Uzņēmuma vadītājs	140	140	33.73	173,73
Saimniecības daļas vadītājs	130	130	31.32	161,32
Grāmatvede	120	120	28,91	148,91
Palīgstrādniece	100	100	24.09	124.09
Palīgstrādnieks	100	100	24.09	124.09
Kopā algas				732,14
Riska nodeva				1,25
KOPĀ				733,39

Uzsākot uzņēmējdarbību uzņēmums būs jauns un mazpazīstams, tāpēc uzņēmuma dibinātāji izmaksās ietvēruši ir arī reklāmas izmaksas, kas izmaksās uzņēmuma attīstībai. (skat.7.19 tab.).

7.14 tabula

Reklāmas izmaksas [autores aprēķini]

	1. ceturksnis	2.ceturksnis	3.ceturksnis	4.ceturksnis	Izmaksas (Ls)
Mārketinga izmaksas	100 Ls	70 Ls	70 Ls	100 Ls	340 Ls

SIA "Kreiļi" plāno saņemt ilgtermiņa kredītu 15 000 Ls apmērā uz izdevīgiem noteikumiem no kredītiestādes, kā nodrošinājumu piedāvājot ķīlas tiesības uz nekustamo īpašumu, kas pieder līdzīpašniekiem. Kredītiestādes piešķirtie līdzekļi tiks izmantoti saimniecības ēkas atjaunošanai, kas tiks izmantota kā viesu māja un tās labiekārtošanai.

Aprēķinos tiek rēķināts, ka kredīts 15 000 Ls tiks ņemts uz 5 gadiem ar procentu likmi 8 % gadā.

SIA „Kreiļi” ikmēneša maksājums būs sekojošs:

$$a/(b*c) = d$$

a – aizņēmuma summa;

b – mēnešu skaits gadā;

c – laiks, uz cik ilgu laiku tiek ņemts aizņēmums;

d – ikmēneša maksājums.

Tātad:

$$15\,000/(12*5) = 250 \text{ Ls (ikmēneša maksājums).}$$

Procentu maksājums tiek aprēķināts kā mēneša procenta maksājums (0,08/12=0.006666..) no tekošā mēneša nenomaksātās aizņēmuma summas.

Kopējo maksājumu veido summa, ikmēneša maksājumu un procentu maksas kopsumma.

7.15 tabula

Kredīta atmaksas grafiks [autores aprēķini]

<i>Gads</i>	<i>Mēn.</i>	<i>Pamatsumma</i>	<i>Ikmēneša maksājums</i>	<i>% maks.</i>	<i>Kopējais maks.</i>
2008	1	15 000.00 Ls	250.00 Ls	100.00 Ls	350.00 Ls
	2	14 750.00 Ls	250.00 Ls	98.33 Ls	348.33 Ls
	3	14 500.00 Ls	250.00 Ls	96.67 Ls	346.67 Ls
	4	14 250.00 Ls	250.00 Ls	95.00 Ls	345.00 Ls
	5	14 000.00 Ls	250.00 Ls	93.33 Ls	343.33 Ls
	6	13 750.00 Ls	250.00 Ls	91.67 Ls	341.67 Ls
	7	13 500.00 Ls	250.00 Ls	90.00 Ls	340.00 Ls
	8	13 250.00 Ls	250.00 Ls	88.33 Ls	338.33 Ls
	9	13 000.00 Ls	250.00 Ls	86.67 Ls	336.67 Ls
	10	12 750.00 Ls	250.00 Ls	85.00 Ls	335.00 Ls
	11	12 500.00 Ls	250.00 Ls	83.33 Ls	333.33 Ls
	12	12 250.00 Ls	250.00 Ls	81.67 Ls	331.67 Ls
2009	1	12 000.00 Ls	250.00 Ls	80.00 Ls	330.00 Ls
	2	11 750.00 Ls	250.00 Ls	78.33 Ls	328.33 Ls
	3	11 500.00 Ls	250.00 Ls	76.67 Ls	326.67 Ls
	4	11 250.00 Ls	250.00 Ls	75.00 Ls	325.00 Ls
	5	11 000.00 Ls	250.00 Ls	73.33 Ls	323.33 Ls

	6	10 750.00 Ls	250.00 Ls	71.67 Ls	321.67 Ls
	7	10 500.00 Ls	250.00 Ls	70.00 Ls	320.00 Ls
	8	10 250.00 Ls	250.00 Ls	68.33 Ls	318.33 Ls
	9	10 000.00 Ls	250.00 Ls	66.67 Ls	316.67 Ls
	10	9 750.00 Ls	250.00 Ls	65.00 Ls	315.00 Ls
	11	9 500.00 Ls	250.00 Ls	63.33 Ls	313.33 Ls
	12	9 250.00 Ls	250.00 Ls	61.67 Ls	311.67 Ls
2010	1	9 000.00 Ls	250.00 Ls	60.00 Ls	310.00 Ls
	2	8 750.00 Ls	250.00 Ls	58.33 Ls	308.33 Ls
	3	8 500.00 Ls	250.00 Ls	56.67 Ls	306.67 Ls
	4	8 250.00 Ls	250.00 Ls	55.00 Ls	305.00 Ls
	5	8 000.00 Ls	250.00 Ls	53.33 Ls	303.33 Ls
	6	7 750.00 Ls	250.00 Ls	51.67 Ls	301.67 Ls
	7	7 500.00 Ls	250.00 Ls	50.00 Ls	300.00 Ls
	8	7 250.00 Ls	250.00 Ls	48.33 Ls	298.33 Ls
	9	7 000.00 Ls	250.00 Ls	46.67 Ls	296.67 Ls
	10	6 750.00 Ls	250.00 Ls	45.00 Ls	295.00 Ls
	11	6 500.00 Ls	250.00 Ls	43.33 Ls	293.33 Ls
	12	6 250.00 Ls	250.00 Ls	41.67 Ls	291.67 Ls
2011	1	6 000.00 Ls	250.00 Ls	40.00 Ls	290.00 Ls
	2	5 750.00 Ls	250.00 Ls	38.33 Ls	288.33 Ls
	3	5 500.00 Ls	250.00 Ls	36.67 Ls	286.67 Ls
	4	5 250.00 Ls	250.00 Ls	35.00 Ls	285.00 Ls
	5	5 000.00 Ls	250.00 Ls	33.33 Ls	283.33 Ls
	6	4 750.00 Ls	250.00 Ls	31.67 Ls	281.67 Ls
	7	4 500.00 Ls	250.00 Ls	30.00 Ls	280.00 Ls
	8	4 250.00 Ls	250.00 Ls	28.33 Ls	278.33 Ls
	9	4 000.00 Ls	250.00 Ls	26.67 Ls	276.67 Ls
	10	3 750.00 Ls	250.00 Ls	25.00 Ls	275.00 Ls
	11	3 500.00 Ls	250.00 Ls	23.33 Ls	273.33 Ls
	12	3 250.00 Ls	250.00 Ls	21.67 Ls	271.67 Ls
2012	1	3 000.00 Ls	250.00 Ls	20.00 Ls	270.00 Ls
	2	2 750.00 Ls	250.00 Ls	18.33 Ls	268.33 Ls
	3	2 500.00 Ls	250.00 Ls	16.67 Ls	266.67 Ls
	4	2 250.00 Ls	250.00 Ls	15.00 Ls	265.00 Ls
	5	2 000.00 Ls	250.00 Ls	13.33 Ls	263.33 Ls
	6	1 750.00 Ls	250.00 Ls	11.67 Ls	261.67 Ls
	7	1 500.00 Ls	250.00 Ls	10.00 Ls	260.00 Ls
	8	1 250.00 Ls	250.00 Ls	8.33 Ls	258.33 Ls
	9	1 000.00 Ls	250.00 Ls	6.67 Ls	256.67 Ls
	10	750.00 Ls	250.00 Ls	5.00 Ls	255.00 Ls
	11	500.00 Ls	250.00 Ls	3.33 Ls	253.33 Ls
	12	250.00 Ls	250.00 Ls	1.67 Ls	251.67 Ls
			KOPĀ	3 050.00 Ls	18 050.00 Ls

Pamatlīdzekļu nolietojums [autores aprēķini]

Pamatlīdzeklis	Nolietojuma % gadā	Sākotnējā vērtība (Ls)	1. gads	2. gads	3. gads	4. gads	5. gads	6. gads	7. gads	8. gads	9. gads	10. gads
Ēkas (ēka un pirts)	5%	10 000	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Gultas	20%	2000	400	400	400	400	400					
Galds	20%	150	30	30	30	30	30					
Skapji	20%	600	120	120	120	120	120					
Paklāji	20%	300	60	60	60	60	60					
Krēsli	20%	350	70	70	70	70	70					
Dīvāni	20%	600	120	120	120	120	120					
Mūzikas centrs	35%	100	35	35	30							
Kases aparāts	35%	400	140	140	120							
KOPĀ		14500	1475	1475	1450	1300	1300	500	500	500	500	500
Atlikusī vērtība			13025	11550	10100	8800	7500	7000	6500	6000	5500	5000

Uzņēmums iegādāsies uzņēmējdarbības vajadzībām I; III un IV kategorijas pamatlīdzekļus, kas sastāda nolietojuma % gadā I – 5 %, III – 35 % un IV – 20 %. Piemēram, Gultas IV kategorija – 20 %

$$2000/5 \text{ (gadi)} = 400 \text{ Ls (gadā)}$$

Pamatlīdzekļu nolietojums tiek aprēķināts gan bilances vajadzībām, jo uzņēmums sastāda bilanci, gan nodokļu vajadzībām, jo uzņēmums veic saimniecisko darbību (uzņēmumam nepieciešamās iekārtas un mēbeles tiks iepirktas gan izmantojot pašu kapitālu, gan aizņēmumu).

Naudas plūsmas pārskats 2008.gadam [autores aprēķini]

<i>Rādītāji</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>	<i>V</i>	<i>VI</i>	<i>VII</i>	<i>VIII</i>	<i>IX</i>	<i>X</i>	<i>XI</i>	<i>XII</i>	<i>Kopā</i>
Sākuma atlikums	17000.00	27026.61	26554.89	26169.83	26076.44	26474.72	27194.66	28056.27	28704.55	28474.49	28151.10	27694.38	17000.00
<i>Ieņēmumi:</i>													
Pamatkapitāls	34000.00												34000.00
Aizņēmums bankā	15000.00												15000.00
Plānotie ieņēmumi	300.00	300.00	340.00	500.00	700.00	900.00	900.00	900.00	340.00	300.00	300.00	400.00	6180.00
Plānotie ieņēmumi 2,	220.00	220.00	275.00	315.00	370.00	455.00	470.00	455.00	315.00	300.00	220.00	220.00	3835.00
Plānotie ieņēmumi 3,	200.00	200.00	200.00	200.00	400.00	400.00	400.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	3000.00
Papildus plānotie ieņēmumi			20.00	30.00	50.00	100.00	125.00	125.00	100.00	25.00			575.00
Pārējie ieņēmumi			10.00	20.00	30.00	100.00	100.00	100.00	20.00	10.00			390.00
Kopā ieņēmumi	15720.00	720.00	845.00	1065.00	1550.00	1955.00	1995.00	1780.00	975.00	835.00	720.00	820.00	28980.00
<i>Izdevumi:</i>													
Komunālie maksājumi	110.00	110.00	80.00	80.00	75.00	60.00	60.00	60.00	65.00	90.00	110.00	110.00	1010.00
Strādājošo alga un soc. nod	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	8800.68
Reklāmas izmaksas(pārd. izm)			70.00			100.00			70.00			100.00	340.00
UIN												188.75	188.75
Aizd .% maksājumi	100.00	98.33	96.67	95.00	93.33	91.67	90.00	88.33	86.67	85.00	83.33	81.67	1090.00
Kredīta atmaksa	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	3000.00
Pamatlīdzekļu iegāde	4500.00												4500.00
Kopējie izdevumi	5693.39	1191.72	1230.06	1158.39	1151.72	1235.06	1133.39	1131.72	1205.06	1158.39	1176.72	1463.81	18929.43
Beigu bilance	27026.61	26554.89	26169.83	26076.44	26474.72	27194.66	28056.27	28704.55	28474.49	28151.10	27694.38	27050.57	27050.57

Naudas plūsmas pārskats 2009. gadam [autores aprēķini]

<i>Rādītāji</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>	<i>V</i>	<i>VI</i>	<i>VII</i>	<i>VIII</i>	<i>IX</i>	<i>X</i>	<i>XI</i>	<i>XII</i>	<i>Kopā</i>
Sākuma atlikums	27050.57	25847.18	24645.46	26006.40	24838.01	23676.29	27671.23	26527.84	25386.12	29831.06	28662.67	27475.95	27050.57
<i>Ieņēmumi:</i>													
Pamatkapitāls	34000.00												34000.00
Plānotie ieņēmumi			1100.00			2400.00			2400.00			1200.00	7100.00
Plānotie ieņēmumi 2,			850.00			1220.00			1400.00			1100.00	4570.00
Plānotie ieņēmumi 3,			600.00			1200.00			1200.00			600.00	3600.00
Papildus plānotie ieņēmumi			35.00			250.00			400.00			35.00	720.00
Pārējie ieņēmumi			16.00			170.00			260.00			126.00	572.00
Kopā ieņēmumi	0.00	0.00	2601.00	0.00	0.00	5240.00	0.00	0.00	5660.00	0.00	0.00	3061.00	16562.00
<i>Izdevumi:</i>													
Komunālie maksājumi	140.00	140.00	110.00	110.00	105.00	90.00	90.00	90.00	95.00	120.00	140.00	140.00	1370.00
Strādājošo alga un soc. nod	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	733.39	8800.68
Reklāmas izmaksas (pārd. izm)			70.00			100.00			70.00			100.00	340.00
UIN												558.95	558.95
Aizd. % maksājumi	80.00	78.33	76.67	75.00	73.33	71.67	70.00	68.33	66.67	65.00	63.33	61.67	850.00
Kredīta atmaksa	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	3000.00
Kopējie izdevumi	1203.39	1201.72	1240.06	1168.39	1161.72	1245.06	1143.39	1141.72	1215.06	1168.39	1186.72	1844.01	14919.63
Beigu bilance	25847.18	24645.46	26006.40	24838.01	23676.29	27671.23	26527.84	25386.12	29831.06	28662.67	27475.95	28692.94	28692.94

Naudas plūsmas pārskats ir gada pārskata neatņemama sastāvdaļa, kas atspoguļo naudas un tās ekvivalentu plūsmu pārskata perioda laikā, klasificējot to kā naudas plūsmu no pamatdarbības, ieguldījumu darbības un finanšu darbības.

Uzņēmuma naudas līdzekļu pārskats sniedz priekšstatu par naudas avotiem uzņēmumā pārskata gadā un par to, kur tie tikuši izlietoti.

Uzņēmuma dibinātāji uzsākot savu uzņēmējdarbību izveidojot uzņēmuma pamatkapitālu, ieguldīja gan mantiskās vērtības, gan naudas līdzekļus, kas sastādīja 34 000 Ls, tajā skaitā 17 000 Ls mantiskā vērtība un 17 000 Ls naudas izteiksmē.

2008. gada naudas plūsma sastāda ieņēmumi no uzņēmuma pamatdarbības (istabu īre, viesu nama īre, pirts īre u. c). Izvērtējot ieņēmumus naudas plūsmas pārskatā var redzēt, ka uzņēmums vislielākos plānotos ieņēmumus gūst vasaras sezonā. Gada laikā uzņēmums plāno gūt ieņēmumus 28 980 Ls apmērā.

Uzņēmuma izdevumus sastāda – komunālie maksājumi, darbinieku algas, reklāmas izmaksas, nodokļi, kredīta atmaksa u. c).

Izvērtējot izdevums naudas plūsmas pārskatā var redzēt, ka vasaras sezonā izdevumi ir vismazākie, līdz ar to uzņēmums vislielāko peļņu gūst vasaras sezonā, kas veido gada peļņu neskatoties uz to, ka ieņēmumi ziemas mēnešos ir nedaudz mazāki.

Uzsākot 2009. gadu uzņēmuma rīcībā ir 27 050 Ls naudas līdzekļi. Salīdzinot ar 2008. gada naudas plūsmas pārskatu var redzēt, ka plānotie ieņēmumi palielinās. Uzņēmuma darbības otrajā gadā ieņēmumi ir palielinājušies salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu, jo uzņēmums ir kļuvis atpazīstamāks.

Beidzot 2009. gadu uzņēmuma rīcībā ir par 1 642 Ls naudas līdzekļiem vairāk salīdzinoši ar 2008. gadu.

No prognozētās naudas plūsmas var secināt, ka uzņēmums jau pirmajā gadā veiksmīgi varēs samaksāt plānotos izdevumus un kredītsaistības.

Izvērtējot 2008. un 2009. gada naudas plūsmas pārskatus var secināt, ka uzņēmumam tiks veiksmīgi uzsākta uzņēmējdarbība, līdz ar to var plānot uzņēmuma paplašināšanu, kā arī radīt jaunas darba vietas un nodrošināt darbiniekiem lielāku atalgojumu.

7.3 Peļņas vai zaudējumu aprēķins un bilances (2008.gads)

7.19 tabula

Peļņas vai zaudējumu plāns 2008. gadam [autores aprēķini]

Rādītāji	Summa (Ls)
Ieņēmumi	13 980,00 Ls
Ražošanas izmaksas	9 810,68 Ls
Bruto peļņa	4 169,32 Ls
Pārdošanas izmaksas	340,00 Ls
Peļņa no uzņēmuma darbības	3 829,32 Ls
Pamatlīdzekļu nolietojums	1 475 Ls
Kredīta % maksājums	1 090,00 Ls
UIN	189,65 Ls
Tīrā peļņa	1 074,67 Ls

7.20 tabula

Sākuma bilance uz 2008. gada 1. janvāri.[autores aprēķini]

Aktīvs		Pasīvs	
Zeme	7 000 Ls	Pamatkapitāls	34 000 Ls
Pamatlīdzekļi	10 000 Ls		
Naudas līdzekļi	17 000 Ls		
Saldo	34 000 Ls	Saldo	34 000 Ls

7.21 tabula

Plānotā bilance uz 2008. gada 31. decembri.[autores aprēķini]

Aktīvs		Pasīvs	
Zeme	7 000.00 Ls	Pamatkapitāls	34 000.00 Ls
Pamatlīdzekļi	13 025,00 Ls	Kredīts	12 000.00 Ls
Naudas līdzekļi	27 050,00 Ls	Nesadalītā peļņa	1 075 Ls
Saldo	47 075 Ls	Saldo	47 075 Ls

7.4 Peļņas vai zaudējumu aprēķins un bilances (2009.gads)

7.22 tabula

Peļņas vai zaudējumu plāns 2009. gadam [autores aprēķini]

Rādītāji	Summa (Ls)
Ieņēmumi	16 562,00 Ls
Ražošanas izmaksas	10 170,68 Ls
Bruto peļņa	6 391,32 Ls
Pārdošanas izmaksas	340,00 Ls
Peļņa no uzņēmuma darbības	6 051,32 Ls
Pamatlīdzekļu nolietojums	1 475 Ls
Kredīta % maksājums	850,00 Ls
UIN	558,95 Ls
Tīrā peļņa	3 167,37 Ls

7.23 tabula

Plānotā bilance uz 2009. gada 1. janvāri.[autores aprēķini]

Aktīvs		Pasīvs	
Zeme	7 000.00 Ls	Pamatkapitāls	34 000.00 Ls
Pamatlīdzekļi	13 025,00 Ls	Kredīts	12 000,00 Ls
Naudas līdzekļi	27 050,00 Ls	Nesadalītā peļņa	1 075,00 Ls
Saldo	47 075,00 Ls	Saldo	47 075,00 Ls

7.24 tabula

Plānotā bilance uz 2009. gada 31. decembri.[autores aprēķini]

Aktīvs		Pasīvs	
Zeme	7 000.00 Ls	Pamatkapitāls	34 000.00 Ls
Pamatlīdzekļi	11 550,00 Ls	Kredīts	9 000,00 Ls
Naudas līdzekļi	28 693,00 Ls	Nesadalītā peļņa	4 243,00 Ls
Saldo	47 243,00 Ls	Saldo	47 243,00 Ls

Izvērtējot uzņēmuma plānoto darbību pēc tā finansu plāna, var secināt, ka uzņēmumam izdosies uzsākt veiksmīgu uzņēmējdarbību un īstenot iepriekš noteiktos mērķus. Savā pirmajā un turpmākajos gados uzņēmums plāno gūt peļņu, protams, visu šo aprēķinu pamatā ir noteikts pieprasījuma lielums, kas nav vēl praksē pārbaudīts, ir tikai ar pētījumu palīdzību prognozēts. Ja pieprasījums būs tāds kā tiek plānots, plānotie aprēķini piepildīsies un uzņēmējdarbības sākums būs sevi attaisnojis, lai tas tiešām tā arī notiktu, tiks veikti dažādi uzņēmējdarbību veicinošie pasākumi mērķa īstenošanā.

8. Riski un to samazināšanas pasākumi

Jebkurš uzņēmējdarbības veids ir saistīts ar dažādām problēmām un riskiem, respektīvi, ar uzņēmējdarbībai nelabvēlīgiem faktoriem, tāpēc tos ir nepieciešams analizēt un rast risinājumu. Uzņēmējdarbības uzsākšanu jau var nodēvēt par risku, jo neviens nekad nevar būt pilnīgi pārliecināts un drošs par to, ka tas produkts vai pakalpojums, ko viņš ir gatavs piedāvāt tirgū ir tieši tas, kas nepieciešams pircējiem un, ka būs pieprasījums. Ja uzņēmējs saprot to, ka biznesa pasaule ir pilnas riska, viņam ir vieglāk nezaudēt modrību un neapjukt saskaroties ar reālo situāciju tirgū, kā arī izvairīties no problēmām, kas var rasties uzņēmuma darbības laikā, tāpēc arī riski ir jāanalizē un jāmeklē pasākumi to mazināšanai.

Risks ir neveiksmju un materiālo zaudējumu iespējamība, kas uzņēmumam izveidojas nelabvēlīgu apstākļu rezultātā. Uzņēmējdarbība vienmēr ir pakļauta riskam, ko var izraisīt gan dabas faktori, gan izmaiņas ekonomikā un politikā, kā arī atsevišķa cilvēku negaidīta rīcība.

Riska jēdziens sastāv no šādiem komponentiem:

1. varbūtējās briesmas vai nevēlamais gadījums, kas izraisa briesmas;
2. varbūtība, kas nosaka, vai nevēlamais gadījums notiks;
3. nevēlamā gadījuma nelabvēlīgas sekas (piem., ietekme uz apkārtējo vidi, finansiālās grūtības u. tml.).

Tradicionāli visi riski, ar kuriem saskaras jebkura organizācija, tiek sadalīti sekojošās kategorijās:

- biznesa riski (saistīti ar stratēģiju izvēli un realizāciju: reputācijas riski, stratēģijas riski u. tml.);
- finanšu riski (tirgus risks, likviditātes risks u.tml.);
- operacionālie riski (personāla risks, ārējās vides risks, tehnoloģiskais risks u.tml.)

Lai samazinātu vai riska varbūtību vai sekas (vai arī abus šos komponentus) ir nepieciešams veikt riska mazināšanas pasākumus (piem., personāla apmācīšana, apdrošināšana u.tml.).

Uzņēmumu pastāvīgi pavada nākotnes nepietiekamība par reālo situāciju tirgū, klientu finansiālo stāvokli u.c. Paredzot iespējamās problēmas uzņēmumā tiek izstrādāts pasākumu plāns, kas mazinātu vai novērstu nelabvēlīgo faktoru iedarbības sekas.(skat. 8.1 tab.)

Riski un to samazināšanas pasākumi

Risks	Riska mazināšanas pasākumi
Ekonomiskie riski	
Inflācija, cenu maiņa tirgū	Ekonomisko prognožu veikšana, informācijas apsekošana par notikumiem un situāciju tūrisma jomā.
Konkurence	Elastīgas cenu politikas pielietošana, atšķirīgu pakalpojumu ieviešana. Savas produkcijas īpatnības.
Iedzīvotāju maksātspējas samazinājums	Uzņēmuma cenu politikas maiņa.
Naudas trūkums	Papildus kapitāla piesaiste, ar jaunu partneru ienākšanu uzņēmumā. Aizņēmums kredītiestādē.
Politiskie riski	
Izmaiņas likumdošanā	Sakarū dibināšana ar juridiskiem konsultantiem, kas turpmākajos uzņēmuma pastāvēšanas gados būs nepieciešams, lai uzņēmums sekmīgi darbotos, pamatojoties uz pastāvošo likumdošanu.
Izmaiņas politiskajā situācijā	Tiek veikta ekonomikas situācijas uzmanīga vērošana un izpēte, kā arī savas tirgus nišas izpēte.
Dabas riski	
Ugunsgrēks, stihiskas dabas parādības	Drošības noteikumu ievērošana, īpašuma apdrošināšana.
Sociālie riski	
Darbinieku slimības, zaudēšana, darbinieku neprofesionalitāte	Maiņas darbinieku iespēju paredzēšana, darbinieku kvalifikācijas celšana.
Zādzības	Īpašuma apdrošināšana un īpašuma nodrošināšana pret dažādiem uzbrukumiem.
Līdzekļu nolietojums, bojāšanās	Laicīga rezerves fondu izveide, pamatlīdzekļu apdrošināšana.

Izmantotā literatūras un avotu saraksts

1. LR likums par SIA, Latvijas Vēstnesis, 1991. gada 1. februārī
2. Latvijas Republikas centrālās statistikas pārvalde, Tūrisms Latvijā/statistikas datu krājums, Rīga 2005. gads.
3. Bārtulis J. Tūrismam – labi rezultāti un jauni uzdevumi, Latvijas Vēstnesis, 2005. gads 29. septembrī
4. Ducmane K. Latvijas tūrisma nozares prioritātes un perspektīvas, Latvijas Vēstnesis – Rubrika: Privatizācija. Zeme. Nekustamais īpašums, 2004. gada 25. februārī – 4.lpp.
5. Dūmiņa Z., Ātra tūrisma attīstība vēl 4 gadus, Diena 2006. gadā 21. janvārī
6. Dūmiņa Z., Viesnīcās mazinās sezonālitate, Diena 2005. gadā 25. novembrī
7. Kalniņš O., Tūrismam mūsu valstī ir milzīgs potenciāls, Diena – Rubrika: Komentāri un viedokļi, 2004. gada 8. septembrī – 2.lpp.
8. Karaseva A., Cēsu rajonā pērn par 19 % pieaudzis tūristu skaits, Leta, 2006. gada 21.februārī.
9. Pētersons P., Tūrisma nozarē bijusi karsta vasara, Diena 2005. gada 3.oktobrī
10. Pudenko J.,Jāmeklē ēsma, Dienas Bizness 2006. gada 30. jūnijā.
11. Praude V., Mārketings, 2004.gads
12. Reinberga E. Tūrisms – viena no straujāk augošajām nozarēm, Kapitāls 2005.
13. Tūrisms palielinās nozīmi ekonomikā, Leta 2006. gadā 20. janvārī
14. Veško D. Visvairāk Latvijā tērē vācieši, Latvijas Avīze 2005. gada 10. oktobrī
15. www.celotajs.lv
16. www.cesis.lv
17. www.em.gov.lv
18. www.latreg.lv
19. www.tava.gov.lv
20. www.tourism.cesis.lv
21. www.vidzeme.lv
22. npublicētie materiāli