

LATVIJAS UNIVERSITĀTE  
EKONOMIKAS UN VADĪBAS FAKULTĀTE  
FINANŠU KATEDRA

## **PROJEKTS SPORTA KLUBA „SILVESTERS” IZVEIDOŠANA**

MAĢISTRA DARBS

Autors: profesionālās augstākās izglītības maģistra  
studiju programmas  
Finanšu ekonomika  
nepilna laika klātienes students  
**Jaroslava Tupicka**  
Stud. apl. Nr. jt 07005  
Darba vadītājs: Dr. ekon., docente Inna Romānova

RIGA 2013

## SATURS

Anotācijas.....	4
1. Projekta ideja, aktualitāte.....	16
2. Uzņēmums.....	18
2.1. Uzņēmuma juridiskā forma, nosaukums, atrašanās vieta.....	18
2.2. Pamatkapitāls, īpašnieki, to līdzdalība pamatkapitālā.....	18
2.3. Zeme, ēkas, pamatlīdzekļi (īpašuma vai nomāti).....	19
2.4. Uzņēmuma organizatoriskā struktūra un vadība, nodarbināto skaits.....	21
2.5. Ārējā finansējuma piesaistes problēmas.....	26
3. Nozares izpēte.....	28
3.1. Nozares, kurā darbosies uzņēmums pamatrādītāji: saražotās produkcijas vai sniegto pakalpojumu apjoms, nozares svarīgums Latvijas tautsaimniecībā.....	28
3.2. Nozares attīstības perspektīvas turpmākajos 3-5 gados.....	30
3.3. Nozares tiesiskais regulējums.....	32
4. Uzņēmuma darbības raksturojums, produkti, pakalpojumi.....	35
4.1. Uzņēmuma produktu (pakalpojumu) raksturojums.....	36
4.2. Izejvielu un materiālu īss raksturojums, piegādātāji.....	39
5. Mārketinga.....	41
5.1. Uzņēmuma ražojamo produktu (pakalpojumu) būtiskāko noieta tirgu izpēte.....	42
5.2. Uzņēmuma klientu analīze.....	45
5.3. Uzņēmuma svarīgākie konkurenti, to tirgus daļas attīstības prognozes.....	48
5.4. Uzņēmuma konkurētspējas analīze.....	61
5.5. Uzņēmuma mārketinga stratēģijas raksturojums.....	66
6. Projekta īstenošanas plāns.....	68
6.1. Projekta mērķis un uzdevumi (īstermiņa un ilgtermiņa).....	68
6.2. Projekta īstenošanai nepieciešamie resursi (tehnoloģija, darbinieki, izejvielas, naudas līdzekļi).....	72
6.3. Projektu ietekme uz apkārtējo vidi.....	75
6.4. Projekta īstenošanas secība, posmi (shēma - grafiks).....	76
7. Projekta finanšu plāns.....	78

7.1. Pieņēmumi, uz kuriem balstīta finanšu prognoze.....	79
7.2. Uzņēmuma ieņēmumu plāns.....	80
7.3. Peļņas un zaudējumu aprēķins.....	83
7.4. Uzņēmuma naudas plūsmas pārskats.....	88
7.5. Uzņēmuma bilance (par 3 gadiem).....	93
7.6. Projekta atmaksāšanās laiki.....	94
8. Riski un to samazināšanas pasākumi.....	95
Izmantotās literatūras un avotu saraksts.....	104
Pielikumi:	
Pielikums Nr. 1. (SIA „Sivesters” aptaujas anketa)	
Pielikums Nr.2. (SIA „Silvesters” trenāžieru klāsts)	
Pielikums Nr.3. (SIA „Silvesters” aptaujas anketu rezultātu apkopojums)	
Pielikums Nr.4. (SIA „Silvesters” atrašanās vieta Alūksnē)	
Dokumentārā lapa	

## ANOTĀCIJA

Maģistra darba mērķis: ir izstrādāt sabiedrības ar ierobežotu atbildību darbības uzsākšanu sporta un fiziskās labsajūtas uzlabošanas sfērā. Kā rezultātā tiks atvērta mūsdienīgs un ērts sporta klubs „Silvesters” peļņas gūšanai un sabiedrības vēlmju apmierināšanai.

Maģistra darba uzdevumi: Izanalizēt un izvērtēt, kādi pakalpojumi sporta klubos ir vispieprasītākie, izanalizēt mērķa tirgu un konkurentu tirgu, izpētīt specializēto literatūru, izvērtēt nepieciešamos resursus, uz analīzes pamata, izstrādāt jauna sporta kluba izveides projektu, sastādīt jaunā sporta kluba finansu informāciju, kurā ietilpst naudas plūsmas plāns, peļņas vai zaudējuma aprēķins un plānotā bilance, izstrādāt priekšlikumus sporta kluba sekmīgās darbības turpināšanai.

SIA “Silvesters” tiek dibināta, lai sniegtu fizisko aktivitāšu pieejamības iespējas cilvēkiem dzīves un darba vietas tuvumā, popularizētu aktīvu atpūtu un veselīgu dzīvesveidu viņu vidū, kā arī iesaistītu regulārās sporta nodarbībās.

SIA “Silvesters” piedāvājumā ietilpst trenāžieru zāle, aerobikas zāle, masāžas, saunas pakalpojumi, kā arī dažādi papildpakalpojumi.

Jaundibinātais uzņēmums ir sporta klubs, kura nosaukums ir SIA “Silvesters”. Uzņēmums atrodas Aluksnē, Torņa iela 11. Tā ir uzņēmuma juridiskā un faktiskā adrese. Uzņēmuma tālrunis nr: xxxxxxxx, faksa nr: xxxxxxxx, kā arī e-pasta adrese: sportaklubs.silvesters@info.lv

Liela SIA ”Silvesters” priekšrocība ir treneru augstā kvalifikācija, pieredze darbā ar cilvēkiem, personāla medicīniskā izglītība, kā arī telpu, inventāra un atrašanās vietas pieejamība. Personāla kvalifikācija un zināšanas nepārtraukti tiek papildinātas dažādos semināros.

SIA „Silvesters” nepieciešamā materiāli tehniskā bāze:

- Telpas ar visu nepieciešamo inventāru;
- Darbam nepieciešamais tehniskais aprīkojums.

Galvenais iemesls, kas mudināja dibināt tieši sporta klubu, ir tas, ka Aluksnē ir tikai viens konkurents, nosaukt bet pieprasījums pēc tāda veida aktivitātem ir liels. Visus pieprasītos pakalpojumus SIA ”Silvesters” nevar piedāvāt, tāpēc potenciālie klienti brauc uz blakus pilsētām saņemt šos pakalpojumus. Ņemot vērā, to, ka SIA „Silvesters” uzņēmumam ir divi dibinātāji un 24 darbinieki. Jo IK var būt tikai viens darbinieks vai īpašnieks, bet personālsabiedrības atbild ar

visu savu mantu un PS juridiskais status ir fiziskā persona. Tieši tāpēc autore nolēmusi dibināt SIA.

SIA „Silvesters” statūtos noteiktais dibināšanas pamatkapitāls sastāda 80000Ls. Tas tiks apmaksāts bezskaidrā naudā un sadalīts 100 kapitāla daļās, katras daļas nominālvērtība - 800Ls.

Lai apmierinātu cilvēku vajadzības radās ideja dibināt sporta klubu, kur piedāvās gan standarta pakalpojumus, gan kaut ko īpašu. Piemēram kalanētikas nodarbības, saunu un masāžu.

Pamatojoties uz iepriekš teikto, autore ir pārliecināta, ka šis sporta klubs var veiksmīgi startēt šāda veida pakalpojumu tirgū.

Sporta klubs tiks izveidots tā, lai sniegtu iespēju apmeklētājiem labi, veselīgi un jauki pavadīt savu brīvo laiku, attīstīt fiziskās dotības un uzlabot vispārējo fizisko sagatavotību. Kluba treneru uzmanība tiks pievērsta cilvēka ķermeņa muskulatūrai, spēka un skaista ķermeņa veidošanai, kā arī fiziskās labsajūtas uzlabošanai.

Nozares attīstība turpmākajos gados izskatās perspektīva, jo ekonomiskās situācijā daļa no patērētājiem neattiecas no dārga sporta kluba pakalpojumiem. Tirgū izdzīvos labākie, kuri piedāvā kvalitatīvus un modernus pakalpojumus sporta sfērā. SIA „Silvesters” specializēsies plašam klientu klāstam, tiks izstrādāta īpaša cenu politika ar dažādām atlaidēm. Autore prognozē tirgus attīstību pēc 2 - 3 gadiem, jo tiek popularizēts veselīgs dzīves veids. Daudz cilvēku atsakās no kaitīgiem ieradumiem un uzsāk trenēties sporta zālē.

Galvenais akcents tiks vērsts uz aerobikas un treniņu zāles darbību, kā arī masāžu, saunu un kalanētikas nodarbības. Uzņēmums sniegs augstas kvalitātes sporta kluba pakalpojumus, kā arī gūs klientu uzticību un atziņu, izcelsies konkurentu vidū un veiks sekmīgu komercdarbību. Ļoti daudziem mūsdienu cilvēkiem fiziskās aktivitātes ir neatņemama dzīves sastāvdaļa. Ar mūsdienu fitnesa piedāvājumu daudzveidību vairs nevienu nevar pārsteigt, tādēļ sporta klubs „Silvesters” piedāvās saviem klientiem ne tikai daudzveidīgu, bet arī kvalitatīvu profesionālās apkalpošanas apvienojumu, kā arī pieņemamas cenas par visiem tā sniegtajiem pakalpojumiem. Klubs piesaistīs dažāda vecuma cilvēkus fiziskajai kultūrai, palīdzot izveidot individuālu treniņu programmu ar treneru sniegtajām konsultācijām. Sporta zāle palīdzēs saglabāt veselību un sniegs dažādas iespējas brīvā laika pavadīšanai.

SIA „Silvesters” potenciālo klientu vecuma diapazons var būt samērā plašs – līdz 50 gadiem un vairāk, jo sporta kluba pakalpojumi nenosaka vecuma ierobežojumus. Lielākā daļa no tiem būs vecumā no 25 līdz 35 gadiem. Sporta kluba mērķtirgus sadalījumā pēc dzimuma ir

proporcionāli vienāds. Galvenokārt, sporta kluba apmeklētāji būs Alūksnes un Alūksnes rajona iedzīvotāji

Pēc iedzīvotāju sociālā statusa lielāko daļu mērķtirgus sastāda strādājošie, attiecīgi pēc aptaujas datiem par vidējiem mēneša ienākumiem lielāko īpatsvaru sastāda iedzīvotāji ar 250 līdz 300 latu ienākumiem. Ņemot vērā pašlaik noteikto minimālo mēneša algu, šis rādītājs ir salīdzinoši augsts, attiecīgi ir arī potenciālo klientu pirktspēja.

Galvenais kritērijs, uz ko tiks orientēti SIA „Silvesters” piedāvātie pakalpojumi, ir potenciālo klientu atšķirīgās vēlmes un vajadzības. Galvenās vajadzības, ko klients vēlās apmierināt ir formas uzturēšana un figūras veidošana, pakārtoti tam arī labsajūtas uzlabošana un muskulatūras trenēšana.

Sia „Silvesters” misija ir veikt uzņēmējdarbību sportā, sabiedriskajā un organizatoriskajā darbības sfērā, nodrošināt interesentus ar nepieciešamajiem sporta pakalpojumiem, gūt peļņu un pieredzi uzņēmējdarbībā, nodrošināt dibinātāju materiālo, sociālo un kultūras vajadzību apmierināšanu.

Galvenais misijas lozungs – „Kustība - ir dzīvība !”

Uzņēmuma stratēģija – ar maksimālu darba atdevi un pēc iespējas minimālu līdzekļu izlietojumu iekārot lielāku tirgus daļu, nodrošināt stabilitāti pakalpojumu sniegšanā un panākt vispārēju uzņēmuma attīstību.

Sabiedrības mērķi:

Stratēģiskie mērķi:

- nodrošināt sabiedrības stingru un konsekventu darbību;
- tuvāko 5 gadu laikā palielināt apgrozījumu līdz 250000 Ls gadā;

Taktiskie mērķi:

- celt sabiedrības slavu un popularitāti gan klientu, gan konkurentu acīs;
- piesaistīt aizvien jaunus klientus un noturēt jau esošos;

Operatīvie mērķi:

- nodrošināt sabiedrību ar profesionāliem speciālistiem;
- nodrošināt sabiedrību ar modernāko sporta inventāru;
- veikt efektīgu reklāmas kampaņu;
- izveidot Sabiedrības mājas lapu internetā;

Sporta klubs atradīsies Alūksnes centrā, Torņa ielā 11, 1300 kv.metru lielā zemes gabalā ar 1100 kv.metru ēkas platību. Tur būs izvietoti: Trenažieru zāle, Aerobikas zāle, Body – Bike zāle, sauna. Vēl šajā ēkā būs izvietotas ģērbtuvēs, kokteiļu bārs. Līdz sporta klubam varēs ērti un ātri nokļūt, teritorijā būs pieejama bezmaksas autostāvvietā sporta kluba klientiem.

SIA „Silvesters” ir jauns uzņēmums. Uzņēmumā būs nodarbināti 24 cilvēki, līdz ar to SIA „Silvesters” ir mazs uzņēmums, tā kā pēc MVK (mikro, maza un vidēja komercdarbība) definīcijas darbinieku skaits mazos uzņēmumos ir no 10 līdz 49 darbiniekiem.<sup>1</sup>

Uzņēmuma darbinieku algu lielums ir atkarīgs no darba izpildes kvalitātes, pakalpojumu sezonālītātes, uzņēmuma peļņas un citiem ietekmējošiem faktoriem.

Turpmākajos 3 – 5 gados SIA „Silvesters” plāno pilnveidot sporta kluba apkalpošanas servisu (pilnveidot pakalpojumu klāstu, veicot aptaujas), papildināt jau esošos pakalpojumus ar jaunajiem (5 gadu laikā izveidot divus solārija kabinetus; ievest praktiski jaunas, vēl plaši nezināmus aerobikas veidus, dejas veidus). Nākotnē uzņēmums plāno izstrādāt jaunu atlaižu programmu, kā arī SIA „Silvesters” kļūs par pazīstamāko sporta klubu Alūksnē un Alūksnes rajonā.. Šobrīd tirgū parādās vairāk un vairāk uzņēmumu, kas piedāvā līdzīgus pakalpojumus. Šis pakalpojumu veids būs vienmēr pieprasīts, jo cilvēkus vienmēr uztrauks viņu ārējais izskats, fiziskā sagatavotība un iekšējais garastāvoklis. Konkurence ir pilnveidošanas dzinējspēks, kas veicina pakalpojumu vai preču kvalitātes paaugstināšanu, un kas, savukārt, dod iespēju klientiem izvēlēties to labāko. Lai piesaistītu klientus, uzvarot konkurentu cīņā, katram uzņēmumam jāizdomā un jāpiedāvā patērētājiem kas tāds, kas nav citiem konkurentiem vai arī tas pats, bet labākā kvalitātē un par izdevīgākām cenām. Uzņēmums SIA „Silvesters” piesaistīs klientus ar konkurētspējīgām cenām, ar efektīvu reklāmas kampaņu, ar augstu iekārtu un pakalpojumu kvalitāti, laipnu apkalpojošo personālu un komfortablām, modernām telpām.

Piedāvātie trenažieru un aerobikas nodarbību pakalpojumi ir piemēroti dažādu ķermeņa daļu trenēšanai. Tādēļ klientiem būs iespēja trenēt muguras un krūšu, plecu un roku, augšējo un apakšējo vēdera muskuļus, kā arī kāju augšstilbu un apakšstilbu un gurnu muskulatūru.

SIA „Silvesters” galvenais piegādātājs būs sporta preču un iekārtu firma „Rantzows Sport”, kas ir lielākā Zviedrijā un specializējas sporta iekārtu jomā. SIA „Silvesters” sadarbības partneri būs ēkas īpašnieks, kas iznomā telpas sporta kluba darbībai un galvenais piegādātājs, kas sporta kluba telpās izvietos savu reklāmu.

---

<sup>1</sup> Latvijas Republikas ekonomikas ministrijas mājas lapa:  
<http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=10695> MVK definīcija

Tabulā apkopotie rādītāji parāda sabiedrības vispārīgās priekšrocības konkurentu vidū, bet SIA "Silvesters" pārspēj konkurentu ar tehnoloģiju, reklāmu, cenām, atlaidēm, ka arī ar atrašanās vietu un pakalpojumu kvalitāti. Sabiedrībai regulāri jāseko konkurentu rīcībai, centieniem pārvilināt klientu, ka arī jāveic pasākumus, kas palīdzētu piesaistīt jaunus un noturēt jau esošos klientus.

Alūksnē SIA „Silvesters” ir tikai viens konkurents, kas piedāvā standarta pakalpojumu klāstu, tāpēc autores uzņēmumam ir iespēja izcelties ne tikai ar izdevīgām cenām un kvalitāti, bet arī ar pakalpojumu klāstu, piedāvājot to, ko nepiedāvā konkurents.

Uzņēmumā piedāvāto pakalpojumu cenas būs orientētas uz vidējo iedzīvotāju ienākumu līmeni. Lai tās būtu piejamas klientiem ar zemāku ienākuma līmeni, ir nepieciešams paredzēt dažādus finansiālos atvieglojumus tādām apmeklētāju grupām kā skolēni, studenti un invalīdi, nosakot viņiem zemākas cenas par piedāvātajiem pakalpojumiem, tāpat arī atvieglojumus pastāvīgajiem klientiem, lai uzņēmuma pakalpojumus izmantotu visu sociālo slāņu iedzīvotāji.

Uzņēmums tiks dibināts 1. janvārī 2013. gadā, taču sporta kluba atvēršanas pasākums notiks 1. martā 2013. gadā. Vajadzīgs laiks lai klienti iepazītos ar sporta kluba pakalpojumiem, tāpēc gaidāmo klientu skaits gadā sākumā būs mazāks nekā gada beigās.

Pirmajā gadā uzņēmums plāno saņemt peļņu 1285,15 Ls apmērā. Otrajā gadā uzņēmums plāno saņemt peļņu 16134,19 Ls apmērā. Tik liela atšķirība peļņas apmērā ir saistīta ar to, ka pirmo gadu uzņēmums nav pazīstams un strādās nepilnu gadu (10 mēnešus). Trešo gadu uzņēmums saņems peļņu 15372,51 Ls apmērā.

Starptautiskajā praksē tiek pielietotas dažādas riska novērtējuma tehnikas. Lai paredzētu augstas varbūtības riskus, tiek izmantotas galvenokārt divas metodes - FMEA (failure mode, and effect analysis) – iespējamā kļūdu seku analīze un FTA (fault tree analysis) – sazarotā kļūdu analīze. Šīs mērījumu metodes ir diezgan līdzīgas, un var ietvert sevī prāta vētras, salīdzinošās diagrammas u.c. tehnikas. Menedžmenta un finansiālo risku gadījumā tiek izmantotas FMEA metodes adaptācijas. Risku analīze iespējama, balstoties arī uz testēšanas metodi, un tā galvenokārt piemērojama produkta testēšanai vai apkārtējās vides stāvokļa novērtēšanai. Atkarībā no testu rezultātiem attīsta turpmākās riska aizsardzības un reducēšanas stratēģijas. Dažādas pārbaudes, iekšējā un ārējā audita rezultāti ir informācijas avots, kas nodrošina turpmāko riska menedžmenta procesu.

Riskus ir nepieciešams ne tikai apzināt, bet arī novērtēt. Galvenokārt, tas vajadzīgs tādēļ, lai varētu salīdzināt pēc lieluma dažādus riskus. Pēc risku novērtējuma sistēmas izveides,

uzņēmums noteiks riska līmeņus un riska koeficientu, kura lielums būs seku kritērija un varbūtības kritērija reizinājums.

Augstāk formulēto uzdevumu risināšanai ir izmantota deduktīvā jeb zinātniskās dedukcijas metode, salīdzināšanas metode, analīzes metode, socioloģisko pētījumu metode, statistisko pētījumu metode, mārketinga pētījumu metodes, grafiskā metode, loģiski konstruktīvā metode.

Maģistra darbā autore galvenokārt izmantoja Latvijas Republikas normatīvos aktus un likumdošanu, speciālo zinātnisko literatūru, semināru materiālus, kā arī Interneta resursus.

Atslēgvardi- Tirgus analīze, Uzņēmums, Konkurenti, Mārketings, Cena

## ANNOTATION

Master's thesis objective: to develop a limited liability company start-up of sport and physical well-being domain. As a result, to be opened in a modern and comfortable sports club "Silvester" profits and aspirations of society.

Master of reference: To analyze and evaluate what services are most sports clubs, to analyze the target market and competitors in the market, explore the specialized literature, to assess the resources needed to analytical basis to develop a new sports club development project, to draw up a new sports club financial information, which includes cash flow plan, profit and loss statement and projected balance sheet, to develop proposals for the club's successful business continuity.

Ltd. "Silvester" is founded to provide access to physical activity opportunities for people living and working near the site, promoting active recreation and healthy living among them, and engage in regular sports.

Ltd. "Silvester" offers a gym, aerobics room, massage, sauna, and a variety of optional services. The new company has a health club, a company whose name is "Silvester." The company is located in Aluksne, Tower Street 11. It is the company's legal and actual address. Business phone no: xxxxxxxx, fax no: xxxxxxxx, as well as e-mail address: @sportaklubs.silvesters.info.lv

Much Ltd. "Silvester" has the advantage of high coaching qualifications, experience in working with people, staff medical education, as well as premises, inventory and location information. Staff skills and expertise we are continuously expanding range of workshops.

Ltd. "Silvester" the necessary material and technical basis:

- Rooms with all the necessary facilities;
- Work necessary technical equipment.

The main reason that encouraged the establishment for sporting clubs is that Aluksne is only one competitor, but the demand for the kind of activities is large. All required services company "Silvester" can offer, so potential customers come to nearby cities to receive these services. Given the fact that the company "Silvester" The company has two founders and 24 employees, the company is the only sensible decision. In IK can only have one employee or

owner of the partnership is responsible to all of its property and PS the legal status of individuals. That is why the author has decided to establish a company.

Ltd. "Silvester" statutory capital to establish 80000Ls up. It will be paid in bank account and divided into 100 shares, each share par value - 800L.

To meet the needs of people had the idea to set up sports clubs, which offer both standard service and something unique.

Based on the above, the author is convinced that the sport club can bid successfully for this type of service in the market.

Sports Club will be designed to provide an opportunity for visitors to good healthy and nice to spend your leisure time, develop natural talent and improve overall fitness. Club coaches will focus on the human body muscles, strength and beautiful body-building, as well as physical well-being.

Development of the sector in the coming years look promising, since the economic crisis of consumers abandoned the expensive sports club services. Survives best on the market that offer high quality and modern services in the field of sports. Ltd. "Silvester" specialize in a wide range of clients, will be developed for special pricing with various discounts. The author expects market after 2 - 3 years, due to the promotion of a healthy lifestyle. A lot of people refuse of bad habits and start to train in the gym.

The main emphasis will be focused on aerobic exercise and fitness activities, as well as massage, sauna and stretching exercises. The company will provide high-quality sports club, as well as will customer loyalty and recognition accentuate the competition and make a successful business. Very many people in today's exercise is an integral part of life. With a modern fitness offers diversity are not a surprise any more, so the sports club "Sylvester" will offer its customers not only diverse, but also the quality of professional service mix, and reasonable prices for all of its services. The club will attract people of different ages Physical Education, helping to create a personalized workout program with trainer advice. Gym will help to maintain health and provide a variety of options for leisure time.

Ltd. "Silvester" potential clients age range can be quite large - up to 50 years and more, the sports club does not age limits. Most of them will be aged between 25 and 35 years old. Sports club targeted by gender is proportionally equal. Mostly, the club visitors will Aluksne and Aluksne District residents

After the social status most of the target up workers on the survey data, the average monthly income of the majority share of the population up to 250 to 300 lats income. Given the current minimum monthly wage, this figure is relatively high, respectively, are also potential customers' purchasing power.

The main criterion, it will be oriented company "Silvester" services offered by the potential customers' diverse needs and desires. The main needs of the client wishes to meet the maintenance of forms and shapes building, alternative to the well-being and muscle training.

Ltd. 'Silvester' mission is to do business in sports, social and organizational scope, to provide interested parties with the necessary health services, profit and business experience to ensure the founder of the material, social and cultural needs.

The main mission slogan - "Movement - is life!"

Company strategy - to maximize the commitment and make minimal use of resources covet a larger market share, to ensure the stability of services and achieve a company's development

Company's goals:

Strategic objectives:

- ensure that the public firm and consistent performance;
- the next 5 years to increase turnover to 250,000 per year;

Tactical objectives:

- raise public fame and popularity of both customers and competitors in the eyes;
- attract new clients and retain existing ones;

Operational objectives:

- Provide the public with professional experts;
- provide the public with the latest sports equipment;
- carry out an effective ad campaign;
- create a public web site;

Sports Club will Aluksne center, Tower Street 11, 1300 kv.metru large piece of land with a building area of 1100 kv.metru. There will be located in: gym, aerobics room, Body - Bike room, sauna. More in this building will be located in locker rooms, a cocktail bar. Up to a sports club can easily and quickly get to the territory will be offering free parking sports club customers.

Ltd. "Sylvester" is a new company. The company will employ 24 people, with the company "Sylvester" is a small company, as the SME (micro, small and medium business) definition of the number of employees in small businesses is between 10 and 49 employees.

Company staff salary depends on the quality of performance, service seasonality, corporate and other factors.

In the following 3-5 years, Ltd. "Silvester" plans to improve service in the club (to improve the range of services through surveys), to supplement the existing services with young people (over 5 years to create two classrooms solarium, imports virtually new, not widely aerobic forms of dance types). In the future, the company plans to develop a new discount program, as well as the company "Sylvester" will become the most popular sports clubs Aluksne and Aluksne .. Currently, the market appears more and more companies offering similar services. These kind of services will always be required, because people always worry their appearance, physical fitness, and an internal state of mind. Competition is the driving force of development that promote services or products for improving the quality, which, in turn, enables customers to choose the best. To attract customers, competitors, winning the battle, each company to design and offer consumers something that no other competitors or the same, but better quality and better prices. Company "Sylvester" will attract customers with competitive prices, with an effective advertising campaign, with high quality facilities and services, friendly service staff and comfortable, modern rooms.

Proposed fitness and aerobics classes are suitable for services of various body parts for training. Therefore, customers will be able to train back and chest, shoulder and arm, upper and lower abdominal muscles as well as leg thigh and lower leg and hip muscles.

Ltd. "Sylvester" is a major supplier of sporting goods and equipment company "Rantzows Sport", which is the largest in Sweden and specialized sports equipment. Ltd. "Sylvester" the partners will be the owner of leased premises for sport clubs and a major supplier to the club premises to place your ad.

The table aggregates show the general public the benefits of the competition, but the company "Silvester" outperform competitors with technology, advertising, prices, discounts, as well as the location and quality of service. The Company regularly monitor competitors' actions, efforts to lure customers and take steps to help attract new and retain existing customers.

Aluksne Ltd. "Silvester" there is only one competitor that offers a standard range of services, so the author is the company stand out not only with great prices and quality, but also a range of services, offered by competitors do not offer.

The company offered prices for services will be aimed at the average income level. To be able to get access to customers at a lower income level, it is necessary to provide a variety of financial incentives, such as a visitor groups pupils, students and disabled by setting them to lower prices for the services offered, as well as incentives for loyal customers to use the company's services to all walks of people.

The company will be established in 1. For the 2013th year, but the club opening event event 1. March 2013th year. Take time to familiarize customers with the services of the club, so the expected number of customers at the beginning of the year will be lower than at the end.

In the first year, the company expects to receive a profit of U.S. \$ 1285.15. In the second year, the company expects to receive a profit 16134.19 LVL. Such a large difference in the amount of profit is due to the fact that for the first year, the company is not known and will work part of the year (10 months). For the third year the company will return 15372.51 LVL.

In international practice, are used in a variety of risk assessment techniques. In order to provide high-probability risks are mainly used two techniques - FMEA (failure Mode, and Effect analysis) - potential error analysis of the effects and the FTA (fault tree analysis) - a tree error analysis. These measurement methods are quite similar and may include brainstorming, comparative charts, etc. techniques. Management and financial risks FMEA methods are used for adaptation. Risk analysis is possible on the basis of the test method, and it is mostly applicable to the product or environmental testing evaluation. Depending on the test results, the future development of risk protection and reduction strategies. Various tests, internal and external audit results are a source of information that provides further risk management process.

The risks need to not only identify, but also to evaluate. Mostly, it is necessary, therefore, to compare the size of various risks. Following the risk assessment, system development, the company will determine the levels of risk and risk factors, the amount of which will impact the probability criterion and the criterion of the product.

The above challenges are formulated using deductive or deductive scientific method, comparative method, method of analysis, sociological research methods, statistical research methods, marketing research methods, graphical method, logical construction method.

Master's paper, the author mainly by Latvian laws and regulations and legislation, special scientific literature, seminar materials, as well as Internet resources.

Keyword-market analysis, company, competitors, Marketing, Price

## 1. PROJEKTA IDEJA, AKTUALITĀTE

SIA "Silvesters" tiek dibināta, lai sniegtu fizisko aktivitāšu pieejamības iespējas cilvēkiem dzīves un darba vietas tuvumā, popularizētu aktīvu atpūtu un veselīgu dzīvesveidu viņu vidū, kā arī iesaistītu regulārās sporta nodarbībās.

SIA "Silvesters" piedāvājumā ietilpst trenāžieru zāle, aerobikas zāle, masāžas, pakalpojumi, kā arī dažādi papildpakalpojumi, piemēram, solārijs, sauna, frizētava u.c.

Liela mūsu priekšrocība ir treneru augstā kvalifikācija, pieredze darbā ar cilvēkiem, personāla medicīniskā izglītība, kā arī telpu, inventāra un vispār atrašanās vietas pieejamība. Personāla kvalifikācija un zināšanas nepārtraukti tiek papildinātas dažādos semināros.

SIA "Silvesters" uzņēmumam ir izveidota nepieciešamā materiāli tehniskā bāze:

- Telpas ar visu nepieciešamo inventāru;
- Darbam nepieciešamais tehniskais aprīkojums.

Pamatojoties uz visu iepriekš teikto autors ir pārliecināts, ka šis sporta klubs var kvalitatīvi startēt šāda veida pakalpojumu tirgū.

Pēdējā pusgada laikā Latvijas politiķi vairākkārt norādījuši, ka viens no Latvijas glābiņiem globālās un lokālās krīzes apstākļos ir uzņēmējdarbības veicināšana, no darba atlaisto cilvēku pievēršanās privātajam biznesam un individuālās komercijas atbalsts.<sup>2</sup>

SIA „Silvesters” ideja ir veikt uzņēmējdarbību sporta, sabiedriskajā un organizatoriskajā darbības sfērā, nodrošināt interesentus ar nepieciešamajiem sporta kā arī aktīvas un atraktīvas atpūtas apstākļiem un inventāru, veicināt sportiska un veselīga dzīvesveida attīstību Latvijā, gūt peļņu un pieredzi uzņēmējdarbībā kā arī nodrošināt Dibinātāju materiālo, sociālo un kultūras vajadzību apmierināšanu.

Fiziska aktivitāte ir nozīmīga veselīga dzīvesveida sastāvdaļa un cilvēki arvien vairāk uzmanību pievērš veselīgam dzīves veidam un sporta kluba apmeklējums ir viena no svarīgākajām šāda dzīvesveida sastāvdaļām. Mūsdienās ir pieejami daudzi un dažādi sporta klubi un patērētājam šajā piedāvājuma klāstā ir jāizvēlas sev piemērotāko sporta klubu un, kas viņa uztverē ir kvalitatīvs sporta klubs. Zinot patērētāju lēmuma pieņemšanas procesu, darba autore

---

<sup>2</sup> Latvijas Vēstneša portāls: Īstais laiks sākt biznesu - [Elektroniskais resurss]. - <http://www.lvportals.lv/?menu=doc&id=195118>, - 2012. – 14. marts.

var izstrādāt jauna sporta kluba darbības stratēģiju, plānot tā darbību un tādā veidā apmierināt gan patērētāju vajadzības, gan uzņēmumu dibinātāju vajadzības.

SIA „Silvesters” būs uzņēmums kurš piedāvās sporta nodarbību pakalpojumus.

Projekta ideja- ir dibināt uzņēmumu kurš darbotos sporta organizatoriskajā, sabiedriskajā sfērā. Uzņēmumā tiks pieņemti kvalificēti darbinieki, kuru kvalifikācija tiks arī paaugstināta. Mūsdien vairāk un vairāk cilvēku tiecās pie veselīga dzīvesveida un pie labas fiziskas formas uzturēšanas, tādēļ uzņēmumam SIA”Silvesters” ir lielas izredzes kļūt par veiksmīgo uzņēmumu, ņemot vērā ka Alūksnē uzņēmuma piedāvātie pakalpojumi ir pieprasīti. Uzņēmuma tiks izvēlēta darbības stratēģija kura spēs apmierināt ne tikai uzņēmuma dibinātāju vajadzības, bet arī patērētāju vajadzības.

## 2. UZŅĒMUMS

SIA "Silvesters" tiek dibināta, lai sniegtu fizisko aktivitāšu pieejamības iespējas cilvēkiem dzīves un darba vietas tuvumā, popularizētu aktīvu atpūtu un veselīgu dzīvesveidu viņu vidū, kā arī iesaistītu regulārās sporta nodarbībās.

SIA "Silvesters" piedāvājumā ietilpst trenāžieru zāle, aerobikas zāle, masāžas, pakalpojumi, kā arī dažādi papildpakalpojumi, piemēram, solārijs, sauna, frizētava u.c.

Liela mūsu priekšrocība ir treneru augstā kvalifikācija, pieredze darbā ar cilvēkiem, personāla medicīniskā izglītība, kā arī telpu, inventāra un vispār atrašanās vietas pieejamība. Personāla kvalifikācija un zināšanas nepārtraukti tiek papildinātas dažādos semināros.

### 2.1. Uzņēmuma juridiskā forma, nosaukums, atrašanās vieta

Jaundibinātais uzņēmums ir sporta klubs, kura nosaukums ir SIA "Silvesters". Uzņēmums atrodas Aluksnē, Torņa iela 11. Tā ir uzņēmuma juridiskā un faktiskā adrese. Uzņēmuma tālruna nr: xxxxxxxx, faksa nr: xxxxxxxx, kā arī e-pasta adrese: sportaklubs.silvesters@info.lv

Uzņēmuma atrašanās vieta ir Torņa iela 11, Alūksne. Tas ir Alūksnes centrālais sektors un līdz ar to arī ļoti apdzīvots. Šajā rajonā ik dienas apgrozās simtiem cilvēku, tāpēc uzņēmumam nebūs problemātiski piesaistīt potenciālo darbinieku un klientu uzmanību. Ir viegla piekļūšana, pie paša uzņēmuma ir izveidota plaša un īpaši piemērota autostāvvietā.

Ņemot vērā, to ka SIA „Silvesters” uzņēmumam ir divi dibinatāji un 24 darbinieki, tad SIA ir vienīgais saprātīgai lēmums. Jo IK var būt tikai viens darbinieks vai īpašnieks, bet personālsabiedrības atbild ar visu savu mantu un PS juridiskais statuss ir fiziska persona.

Tieši tāpēc autore ir lēmusi dibināt tieši SIA.

### 2.2. Pamatkapitāls, īpašnieki, to līdzdalība pamatkapitālā

SIA „Silvesters” statūtos noteiktais dibināšanas pamatkapitāls sastādīs 80000Ls. Tas tiks apmaksāts bezskaidrā naudā un sadalīts 100 kapitāla daļās, katras daļas nominālvērtība - 800Ls.

## Dibinātāji un to līdzdalība pamatkapitālā

### Dibinātāji

1. *Sergejs Liseckis*, personas kods: 260379 – 12558, adrese: Alūksne, 18. novembra iela 2 – 17, LV – 4601, pases dati: pases sērija LM 0567628, izdota Alūksnes pasu daļā 21.07.2005.

2. *Ieva Lisecka*, personas kods: 130283 – 11447, adrese: Alūksne, Rūpnīcas iela 5a – 45, LV – 4604, pases dati: pases sērija LV 0851255, izdota Alūksnes pasu daļā 29.08.2010.

### Līdzdalība pamatkapitālā

SIA „Silvesters” pamatkapitāla daļu īpašnieki ir sabiedrības dibinātāji - 2 fiziskas personas un tām pienākošos daļu skaits ir sekojošs (skat.2.1.tab.):

2.1. tabula

#### SIA „Silvesters” pamatkapitāla sadalījums starp dibinātājiem<sup>3</sup>

Nr. p.k.	Vārds, uzvārds, personas kods	Kapitāla daļu skaits (%)	Kapitāla daļu kopējā vērtība (Ls)
1.	Sergejs Liseckis, 260379 - 12558	50	40000,00
2.	Ieva Lisecka, 130283 - 11447	50	40000,00
	<b>Kopā</b>	<b>100</b>	<b>80000,00</b>

## 2.3.Zeme, ēkas, pamatlīdzekļi

Lai SIA „Silvesters” uzsāktu savu darbību, ir jāiegādājas nepieciešamie pamatlīdzekļi. (skat.2.2.tabula.)

Daļa pamatlīdzekļu tiks iegādāta sadarbībā ar sporta inventāra firmu. Tā kā tos tiek plānots iegādāties sezonas izpārdošanas laikā un no vienas firmas, tas palīdzēs ietaupīt un saņemt atlaides, kas ir ļoti svarīgs faktors jaundibinātam uzņēmumam. Tiks veiktas arī sarunas par līguma noslēgšanu ar piegādātāju par to, ka SIA „Silvesters” būs šīs firmas pastāvīgais klients un saņems ievērojamas atlaides. Šai firmai tiks piedāvāts izvietot savu reklāmu sporta kluba telpās, par to saņemot samaksu.

<sup>3</sup> Autores izveidota tabula

Sporta kluba ēka tiks nomāta un tiks veikts telpu remonts, par to vienojoties ar ēkas īpašnieku.

Pārējie pamatlīdzekļi tiks iegādāti specializētos veikalos, arī ar iespēju izmantot atlaides.<sup>4</sup>

2.2.tabula

**SIA „Silvesters” nepieciešamo pamatlīdzekļu iegādes saraksts<sup>5</sup>**

<b>Nr. p.k.</b>	<b>Pamatlīdzekļa nosaukums</b>	<b>Daudzums (gab)</b>	<b>Vērtība (Ls)</b>	<b>Summa (Ls)</b>
	<b>Trenažieri</b>	<b>15</b>	<b>x</b>	<b>45127.99</b>
<b>1.</b>	Kardiotrenažieri	5	3008	<b>15042.66</b>
<b>2.</b>	Spēka trenažieri	10	3008	<b>30085.33</b>
	<b>Elektroiekārtas</b>	<b>8</b>	<b>x</b>	<b>5182.375</b>
<b>3.</b>	Datorkomplekts MA-1	2	575.62	<b>1151.25</b>
<b>4.</b>	Kases aparāts Optima CR-300 LW	1	575.62	<b>575.62</b>
<b>5.</b>	Daudzfunkcionāla iekārta FAX 1840C	1	1153	<b>1153</b>
<b>6.</b>	Gaisa kondicionieris Chigo KFR 23 GWX	2	575.62	<b>1151.25</b>
<b>7.</b>	Stereo sistēma Thomson CS550	2	575.62	<b>1151.25</b>
<b>8.</b>	Mēbeles	9	x	5180.625
	<b>Kopā</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>55491</b>

Iegādātajiem pamatlīdzekļiem katru gadu tiks aprēķināts nolietojums, izmantojot lineāro metodi atbilstoši katra pamatlīdzekļa kalpošanas laikam.<sup>6</sup> (skat.2.3.tab.)

<sup>4</sup> Latvijas grāmatveības standarts Nr. 7 „Pamatlīdzekļi”, <http://www.likumi.lv/doc.php?id=124600>

<sup>5</sup> Autores izveidota tabula

<sup>6</sup> Latvijas Republikas Finanšu ministrijas mājas lapa. Latvijas grāmatvedības standarti: [http://www.fm.gov.lv/?lat/gramatved\\_politika/latvijas\\_gramatvedibas\\_standarti](http://www.fm.gov.lv/?lat/gramatved_politika/latvijas_gramatvedibas_standarti)

2.3. tabula

SIA „Silvesters” pamatlīdzekļu nolietojuma aprēķins 1. darbības gadam<sup>7</sup>

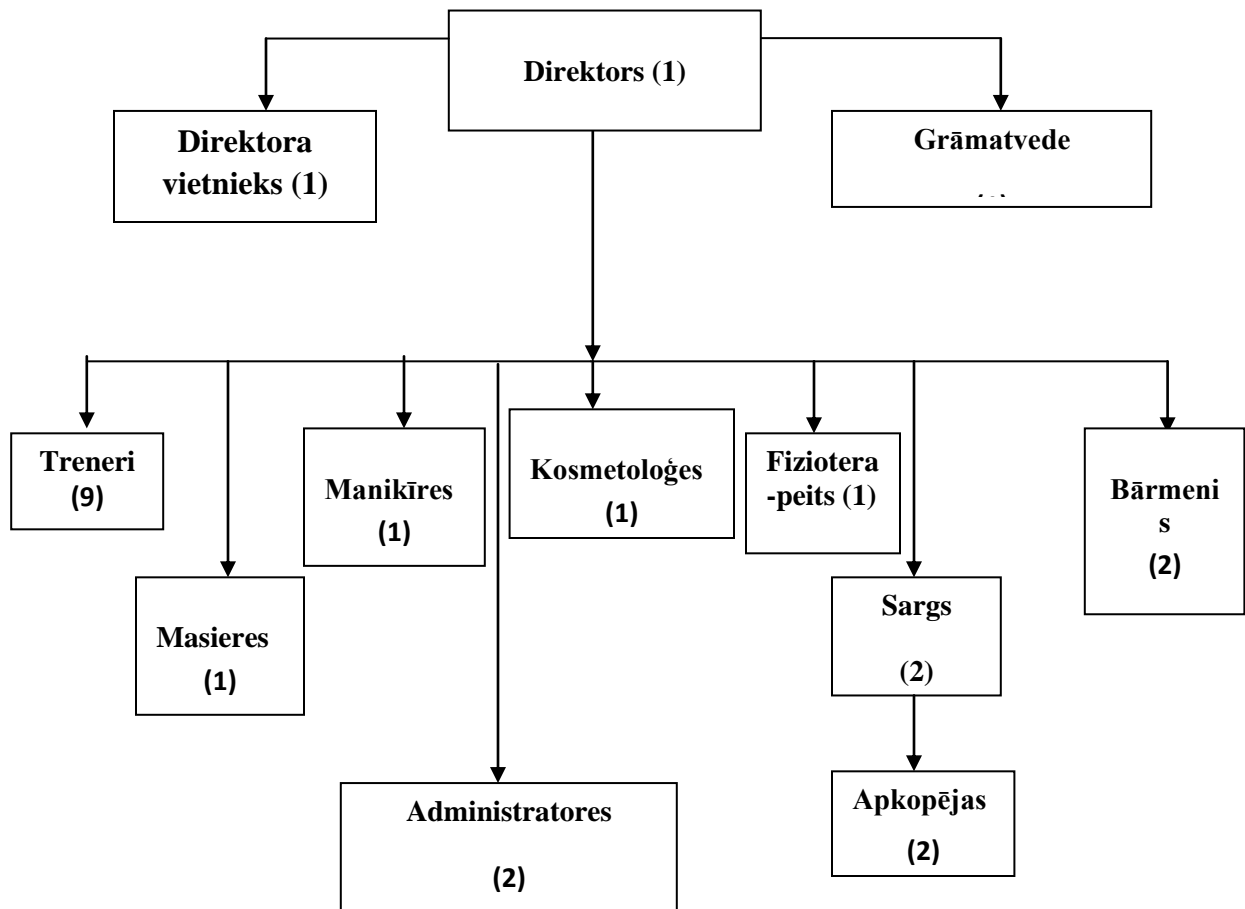
Nr . p. k.	Pamatlīdzeklis	Skaitis	Summa (Ls)	Kalpošanas laiks (gadi)	Nolietojuma summalinēra metode (Ls)	Atlikusī vērtība (Ls)
1.	Kardiotrenažieri	5	15042.66	6	2507.055	12532.605
2.	Spēka trenāžieri	10	30085.33	6	5014.22	25071.083
3.	Datorkomplekts	2	1151.25	2.5	490.30	660.95
4.	Kases aparāts	1	575.625	5	175.125	400.5
5.	Daudzfunkcionāla biroja iekārta bāram	1	1153.00	5	230	923
6.	Gaisa kondicionieris	2	1151.25	6	191.875	959.375
7.	Stereo sistēma	2	1151.25	5	230.25	921
8.	Mēbeles	9	5180.625	6	863.43	4317.18
	<b>Kopā</b>	<b>32</b>	<b>55491</b>	<b>x</b>	<b>9702.27</b>	<b>45785.7</b>

## 2.4. Uzņēmuma organizatoriska struktūra

Uzņēmumu vadīšanas organizatoriskās struktūras ir rūpīgi jāveido, lai tās atbilstu organizācijai, sekmētu tās tālāku pilnveidošanu, kā arī nodrošinātu sekmīgu visu uzņēmuma uzdevumu izpildi. Sabiedrības vadīšanas organizatoriskā struktūra tiek veidota pēc lineārās vadīšanas struktūras pamatprincipiem – uzņēmuma vadītājs, izmantojot visas vadīšanas funkcijas, tiešā administratīvā kārtībā iedarbojas uz padotajiem, savukārt padotie par visiem jautājumiem ir atbildīgi tikai vienam vadītājam.<sup>8</sup> Šīs vadīšanas struktūras priekšrocība ir tāda, ka tā ir vienkārša un skaidra un ir labi piemērota SIA „Silvesters”.

<sup>7</sup> Autores izveidota tabula

<sup>8</sup> Ēriks Sīgels „Biznesa plāna ceļvedis”, 1994 gads. 119 – 121 lpp. Uzbūves shēma



**2.1.att. Organizatoriska struktūra sporta klubā “Silvesters”<sup>9</sup>**

Sabiedrības augstākā izpildinstitūcija ir sabiedrības kopsapulce. Tā sastāv no sabiedrības dalībniekiem. Dalībnieku kopsapulce tiek sasaukta, kad sabiedrības dalībnieki to uzskata par nepieciešamu. Sabiedrības funkcionālajā darbībā ir iesaistīti visi sabiedrības dibinātāji ar sekojošiem ieņemamajiem amatiem un pienākumiem:

**1) Sergejs Liseckis, direktors, 33 gadus vecs;**

Bakalaura Finanšu sektora vadībā. Darbojas kā atbildīgā persona par visiem uzņēmumā notiekošajiem procesiem, konsultējoties ar otro līdzīpašnieku pieņemt lēmumus

<sup>9</sup> Autores izveidotais attēls

un izstrādāt uzņēmuma funkcionālo darbības plānu. Viņa kompetences ietvaros ir veikt darījumus uzņēmuma vārdā, pārstāvēt to tiesas iestādēs, kā arī pieņemt un atlaist darbiniekus, noteikt to pienākumus, darba algas un prēmijas. Paziņot administratorēm, kuras paziņo darbiniekiem par, piemēram, darba laika grafiku, pienākumiem, pārkāpumiem un citiem jautājumiem, kas saistīti ar darbiniekiem, nepieciešamības gadījumā paziņo personīgi. Par prēmijām direktore apspriež ar finanšu direktori, kura to paziņo grāmatvedei.

## **2)Ieva Lisecka, mārketinga menedžeris, direktora vietnieks, 28 gadus veca:**

Ieguvusi augstāko ekonomisko izglītību, ir pieredze mārketingā. Darbojas ar mārketinga stratēģisko plānošanu, reklāmas paketes izveidi, kā arī konkurentu novērtēšanu un tirgus analīzi. Piedalās uzņēmuma pārvaldīšanā.

Visi darbinieki ir administratora pakļautībā, kurš savukārt ir direktora pakļautībā un darbojas saskaņā ar Dalībnieku kopsapulces izstrādātajiem noteikumiem. Visi darbinieki tiek pieņemti konkursa kārtībā un to izglītība un prasmes pilnībā atbilst to ieņemamajam amatam.

Grāmatvedis ir bilancspējīgs ar augstāko izglītību, darba pieredzi un spēju orientēties ar finansēm saistītos uzņēmuma procesos. Atbildīgs par uzņēmuma ienākumu un izdevumu uzskaiti un fiksāciju, kā arī atbild par darbinieku algām un to izmaksāšanu.

Administratori ir godīgi un punktuāli, lieliski orientējas skaitļos un pārzina kases operācijas, ar darba pieredzi. Atbildīgs par kases operāciju uzskaiti un kontrolēšanu, skaidras naudas iekasēšanu. Pilda direktora noteiktos darba uzdevumus un paziņo visu nepieciešamo informāciju darbiniekiem.

Treneri ir ar augstāko izglītību sporta pedagoģijā. Ar pieredzi atlētiskajā un fitnesa nodarbību konsultēšanā. Fiziski attīstīti, patīkami un komunikabli, sava darba profesionāļi. Atbildīgi par klientu fiziskās formas uzlabošanu, konsultāciju sniegšanu fiziskās veselības jautājumos. Sadarbojoties ar uzņēmuma vadību organizē sacensības un fizisku nodarbību pasākumus fitnesā un bodibildingā.

Masieri. Ar profesionālām iemaņām savā darbā, masāžas speciālists. Iemaņas pirmās medicīniskās palīdzības sniegšanā.

Kosmetoloģes. Medicīniskā izglītība.

Apkopēji.Sargs.

Kopuma uzņēmumā būs nodarbināti 24 cilvēki. Līdz ar to SIA „Silvesters” attiecās pie maziem uzņēmumiem, tā kā pēc MVK (mikro, maza un vidēja komercdarbība) definīcijas darbinieku skaits mazos uzņēmumos ir no 10 līdz 49 darbiniekiem.<sup>10</sup>

Visiem uzņēmuma darbiniekiem ir nepieciešams pildīt savus pienākumus, kuri tiek noteikti atkarībā no viņu ieņemtajiem amatiem uzņēmumā. Ka arī algas darbinieki saņems atalgojumu atbilstoši savam ieņemtajam amatam.<sup>11</sup>

### **Darbinieku pienākumi**

#### **Dalībnieku kopsapulces (īpašnieku) pienākumi:**

Plānot un vadīt darbības stratēģiju, nodrošināt tās izpildi; sastādīt budžetu; slēgt darījumus (līgumus) ar piegādātājiem, klientiem un citām iestādēm, organizācijām un uzņēmumiem; plānot un kontrolēt resursu izlietojumu, darbinieku piesaistīšanu; izrīkot ikdienas darbus; vadīt citus darbiniekus.

#### **Grāmatveža pienākumi:**

Plānot un noteikt budžeta un grāmatvedības kontroli un citus grāmatvedības darbības aspektus un sistēmas, kā arī konsultēt šajos jautājumos; gatavot finansu dokumentus apstiprināšanai pirms iesniegšanas vadībai, gatavot maksājumu deklarācijas, konsultēt par nodokļu un maksājumu problēmām, apstrīdēt strīdīgas prasības nodokļu komisijā; gatavot budžeta ieņēmumu prognožu pārskatus; kontrolēt pārskatus un grāmatvedības grāmatas, grāmatvedības un statistikas pārskatu analīzi, izdarīt atzinumus, veikt analītisku darbu; veikt citus līdzīga satura uzdevumus.

#### **Trenera un trenera-konsultanta pienākumi:**

Trenēt sportistus un citus kluba klientus; sekot trenažieru labam darba stāvoklim; sekot kluba klientu darbam uz trenažieriem un aerobikas zālē; veikt citus līdzīga satura uzdevumus; vadīt citus darbiniekus.

#### **Aerobikas trenera pienākumi:**

Vadīt treniņus aerobikas zālē, konsultēt klientus, sekot kārtībai aerobikas zālē nodarbību laikā; veikt citus līdzīga satura uzdevumus.

---

<sup>10</sup> Latvijas Republikas ekonomikas ministrijas mājas lapa:  
<http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=10695> MVK definīcija.

<sup>11</sup> [www.vid.gov.lv](http://www.vid.gov.lv)

### **Kalanētikas trenera pienākumi:**

Vadīt kalanētikas nodarbības, konsultēt klientus, sekot kārtībai zālē nodarbību laikā; veikt citus līdzīga satura uzdevumus.

### **Masiera pienākumi:**

Konsultēt iedzīvotāju grupas vai atsevišķas personas par pareizu ķermeņa stāvokli darba procesā, lai izvairītos no traumām, liekas spriedzes, kā arī lai nostiprinātu muskulatūru; izmeklēt pacientu, noteikt kaulu, muskuļu, asinsrites vai nervu sistēmas iekaisumu diagnozi un izrakstīt vajadzīgo ārstēšanu, nepieciešamības gadījumā nosūtīt pie ārsta; ārstēt kaulu, muskuļu, asinsrites vai nervu sistēmas iekaisumus; piemērot pacientiem masāžu, kas uzlabo asinsriti, nomierina nervu sistēmu, likvidē sauso dzīslu savilkšanos un sniedz citādas terapeitiskos efektus; apskatīt pacientus, kam ir kāds fizisks defekts vai novirzes, veikt citus līdzīga satura uzdevumus.

### **Apkopējas pienākumi:**

Apkopt visas kluba telpas ar rokām vai putekļu sūcēju; sekot pilnībai tīrībai visās telpās, veicot telpu apkopi trīs reizes dienā; mazgāt un vaskot grīdas, pulēt mēbeles un citus līdzīga satura uzdevumus.

### **Sarga pienākumi:**

Patrulēt pie ēkām, dienesta autostāvvietām, teritorijās un dienesta telpās, lai novērstu zādzības un vardarbību; veikt īpašuma un materiālo vērtību apsardzi; nepieciešamības gadījumā lietot spēku likumpārkāpēju aizturēšanai; nodrošināt caurlaižu režīmu apsargājamo objektu darbiniekiem un to apmeklētājiem; pārzināt apsargājamo objektu apsardzes un ugunsdrošības signalizāciju; pieņemt uz centrālās apsardzes pulti no apsargājamiem objektiem informāciju par šo objektu operatīvo stāvokli, apstrādāt un pārbaudīt to trauksmes signalizāciju, sekot apsargājamo objektu monitoriem; nodrošināt apsargājamās personas fizisko neaizskaramību, nodrošināt apsardzes ieroču uzskaiti un glabāšanu, veikt citus personu apsardzes pienākumus; veikt citus līdzīga satura uzdevumus; vadīt citus darbiniekus.

### **Sporta zāles pārziņa pienākumi (šos pienākumus pilda aerobikas un trenažieru zāles**

#### **treneri):**

Salīgt, mācīt un atbrīvot darbiniekus, organizēt un vadīt viņu darbu; iegādāties produktus un citus materiālus, kontrolēt to izlietošanu un uzglabāšanu; sastādīt darba grafiku; veikt citus līdzīga satura uzdevumus; vadīt citus darbiniekus.

### **Materiālu plānotāja pienākumi (šos pienākumus pilda izpilddirektors):**

Aprēķināt ražošanai nepieciešamo materiālo resursu daudzumu, kvalitāti un sortimentu; sastādīt materiālo resursu pasūtīšanas grafiku un sekot to piegādei; veikt produkcijas operatīvo uzskaiti; pārbaudīt ražošanas pasūtījumus; veikt citus līdzīga satura uzdevumus.

### **2.5.Ārējā finansējuma piesaistes problēmas**

Uzņēmuma darbības veikšanai ir ļoti plašas ārējā finansējuma piesaistes iespējas, tās ir: biznesa eņģeļi, aizņemtais kapitāls kā kredīti no komercbankām, riska kapitāla fondi, Eiropas Savienības fondu finansējums, un tā kā uzņēmuma finansēšanai tiek plānots izmantot īpašnieku privātos naudas līdzekļus, tad ārējais finansējums netiks piesaistīts, tomēr, ņemot vērā, dažādas iespējas, kas ir pavērušās Latvijai iestājoties Eiropas Savienībā, ir lietderīgi izmantot programmas ALTUM piedāvātās iespējas arī bez finansējuma. Piedalīšanās ir paredzēta STARTA programmas ietvaros, kas piedāvā kompleksu atbalstu biznesa uzsācējiem un jaundibinātajiem komersantiem, t.i.: konsultācijas, apmācības un finansējumu aizdevumu un grantu veidā sava biznesa uzsākšanai. Uz atbalstu var pretendēt iedzīvotāji, kas sasnieguši 18 gadu vecumu, ieskaitot bezdarbniekus, kuri ir izteikuši vēlmi uzsākt komercdarbību vai pašnodarbinātību, kā arī jaundibinātie komersanti. Par jaundibinātiem komersantiem, šīs programmas izpratnē, tiek uzskatīti komersanti, kuri ir reģistrējuši savu darbību likumā noteiktajā kārtā ne agrāk kā 3 gadus pirms griešanās pēc atbalsta programmas ietvaros, kā arī jaundibināti komersanti, kuru īpašnieki veic vai ir veikuši saimniecisko darbību, bet jaunu komersantu veido darbības uzsākšanai citā saimnieciskās darbības jomā, kā arī cita produkta ražošanai.

Atbalsta veidi:

- Konsultācijas biznesa plāna izstrādē un projekta realizācijā tiek sniegtas tajās bankas filiālēs, kurās pieņem pieteikumus uz atbalsta saņemšanu. Bankas konsultanti ar testa palīdzību izvērtē pretendenta zināšanu līmeni uzņēmējdarbībā,

nepieciešamības gadījumā vienojas ar viņu par apmācībām konkrētos moduļos, sniedz konsultācijas biznesa plāna pilnveidošanā.

- Programmas ietvaros tiek atbalstīti projekti līdz 60 tūkst. LVL apmērā. Ja projekta realizācijai nepieciešamais aizdevums pārsniedz 5 tūkst. LVL, atbalsta pretendents ir jānodrošina līdzdalība 10% apmērā, kam var tikt izmantoti savi resursi vai ārējais līdzfinansējums, kas nav saistīts ar jebkādu komercdarbības atbalstu.
- Starta aizdevumus līdz 54 tūkst. LVL piešķir investīcijām un apgrozāmiem līdzekļiem uz laika periodu līdz 8 gadiem, ar fiksēto procentu likmi 7-11%, vai mainīgo procentu likmi 0-4% + 6 mēnešu RIGIBOR. Aizdevuma nodrošinājums – uzņēmuma manta kā lietu kopība, tai skaitā par aizdevumu iegādātie pamatlīdzekļi. Katrs programmas dalībnieks sniedz personisko galvojumu 30% apmērā no piešķirtā aizdevuma summas, bet nepārsniedzot 10 tūkst. LVL. Aizdevumiem virs 17.5 tūkst. LVL aizdevuma summa nevar pārsniegt 135% no piedāvātā nodrošinājuma vērtības (jāņem vērā, ka nodrošinājuma ķīlas vērtība ir mazāka par objekta iegādes cenu. Nodrošinājuma ķīlas vērtība ir aptuvenā cena (bez PVN), par kādu doto objektu pietiekoši īsā termiņā var pārdot otrreizējā tirgū).

Balstoties uz iepriekš sacīto, uzņēmums neizmanto programmas ietvaros nevienu no ārējiem finansējumiem kas tiek piedāvātas. Neizmanto tāpēc, kā uzņēmumam pietiks finanšu līdzekļu, līdz ar to SIA „Silvesters” neizmanto ārējo finansējumu.

Visa darbība tiks vērsta klientu labsajūtai un komfortam. Tiks domāts par piemērotāko, jaunāko un interesantāko tehnoloģiju, jo līdz ar tās uzlabošanu, speciālistiem būs interesantāk strādāt un viņi varēs izpildīt savu darbu kvalitatīvāk.

SIA „Silvesters ” misija ir izveidot jaunu sporta klubu, kas Alūksnes iedzīvotājiem piedāvātu dažādas nodarbtības, vislielāko uzsvāru liekot uz darbinieku profesionalitāti, atsaucību attiecībā ar klientu, kā arī darbinieku apmācību un izaugsmi.

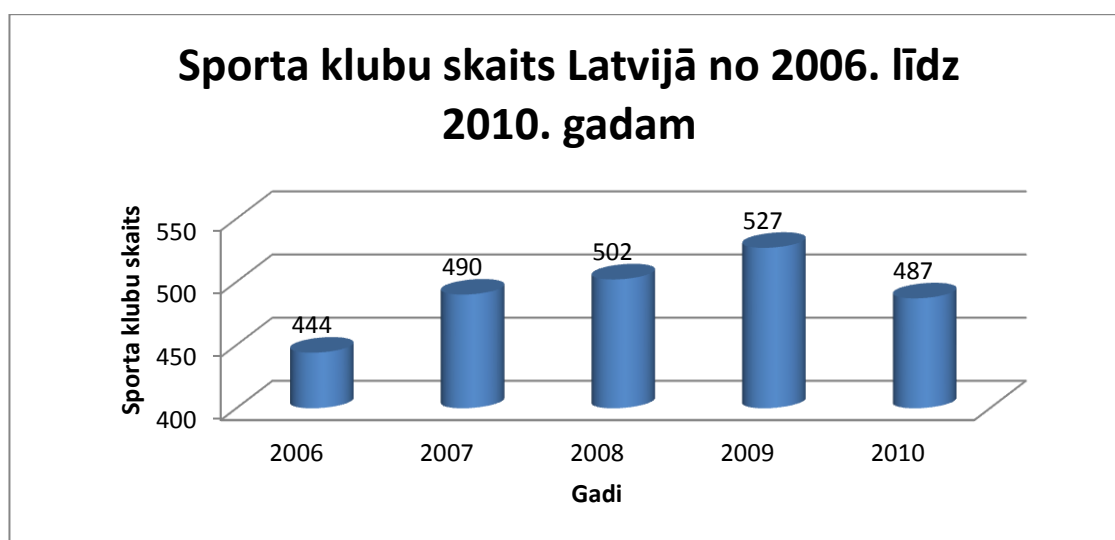
Sporta kluba atrašanās vieta būs Alūksnes pilsētas centrs. Uzņēmumā tiks nodarbināti 24 darbinieki. Katram darbiniekam, būs noteikti darba pienākumi atkarībā no ieņemamā amata.

Pēc autores analīzes, kādi pastāv ārējā finansējuma iespējas, tika pieņemts lēmums neizmanto nevienu no piedāvātajām iespējām.

### 3. NOZARES IZPĒTE

#### 3.1. Nozares raksturojums un tās pamatrādītāju analīze

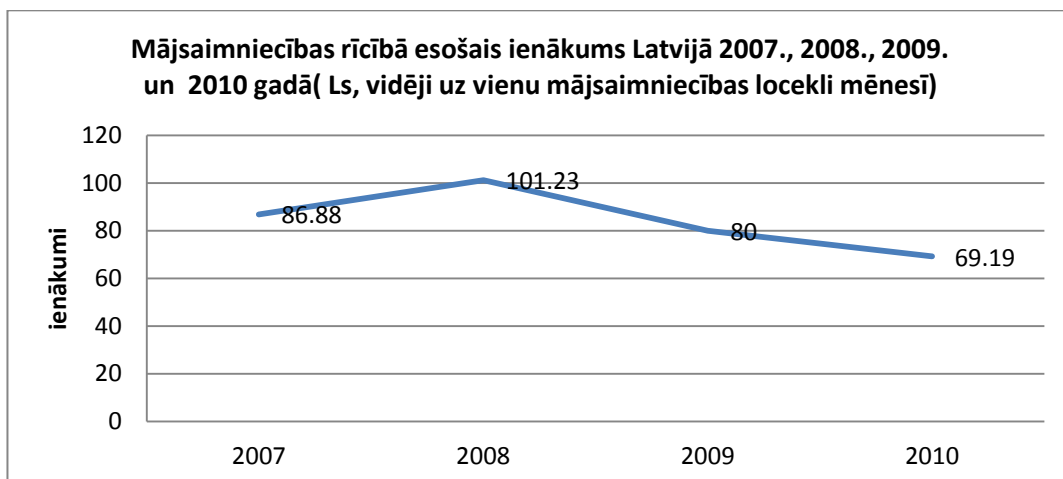
Ļoti svarīga loma SIA „Silvesters” veiksmīgai darbības uzsākšanai un turpināšanā ir tirgus analīzei, nosakot sporta klubu skaitu, mājsaimniecību rīcībā esošos ienākumus un to, cik liela daļa mājsaimniecības līdzekļu tiek tērēti atpūtai un kultūrai.



3.1.att. Sporta klubu skaits Latvijā 2006-2010 gadam.<sup>12</sup>

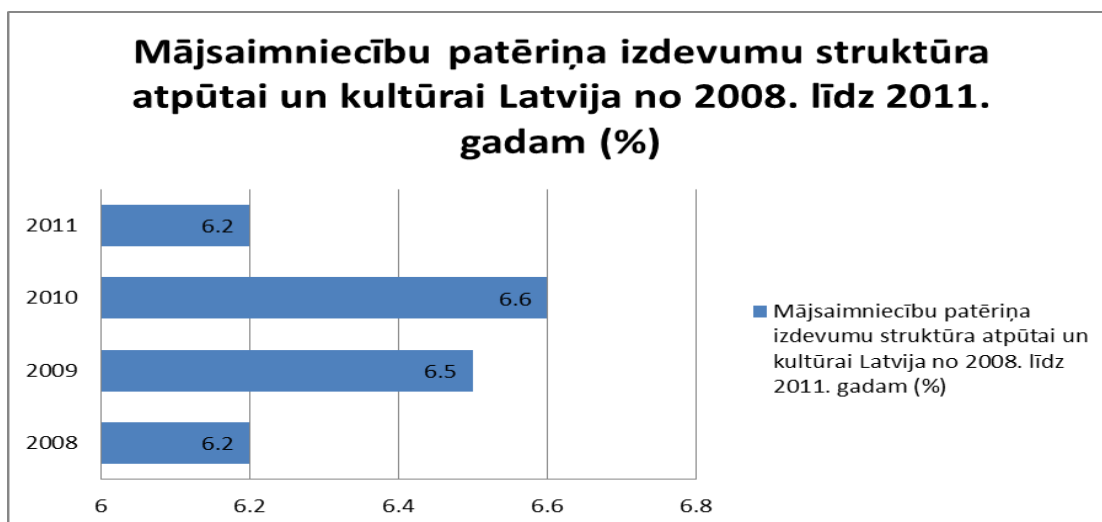
Pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem redzams, ka līdz 2006. gadam sporta klubu skaits pakāpeniski palielinājās par 83 klubiem jeb par 19%, attiecīgi arī paplašinājās šo klubu piedāvāto pakalpojumu tirgus. Taču 2007. gadā ir vērojams straujš kritums par 40 klubiem jeb par 8%, tādējādi samazinoties konkurencei. (skat.3.1.att.)

<sup>12</sup> Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Datu bāzes internetā. Veselības aprūpe un sports. <http://www.csb.lv/>



**3.2.att Mājsaimniecības rīcībā esošais ienākums Latvijā 2007-2010. gadam<sup>13</sup>**

attēlā atspoguļotie mājsaimniecību budžeta pētījuma dati liecina, ka līdz 2007. gadam mājsaimniecību rīcībā esošie ienākumi palielinājās par 14,35 Ls jeb par 17 %. Bet sākot ar 2008. gadu šis rādītājs samazinās par 32,04 Ls jeb par 32 %.



**3.3. att. Mājsaimniecību patēriņa izdevumu struktūra Latvijā 2008-2011. gados<sup>14</sup>**

Līdz 2010. gadam šis rādītājs uzlabojās par 0,4 %, taču jau nākošajā gadā ir vērojams kritums tādā pašā apjomā. Tas liecina, ka iedzīvotāji daļu sava ieņēmumu atpūtai un kultūrai katru gadu novirza apmēram vienādā apjomā. (skat.3.3.att.)

<sup>13</sup> [www.csb.gov.lv/notikumi/par-majsaimniecibu-paterina-izdevumiem-32046.html](http://www.csb.gov.lv/notikumi/par-majsaimniecibu-paterina-izdevumiem-32046.html)

<sup>14</sup> [www.csb.gov.lv/notikumi/par-majsaimniecibu-paterina-izdevumiem-32043.html](http://www.csb.gov.lv/notikumi/par-majsaimniecibu-paterina-izdevumiem-32043.html)

Kopumā no datu analīzes, var secināt ka sporta klubiem pēdejo gadu laikā, nav klajies viegli. Sporta klunu skaits ir kritis. Tādēļ SIA „Silvesteram” nāksies krietni izplānnot savu darbību un pielikt lielas pūles, lai uzņēmuma darbība būtu veiksmīga.

SIA „Sivesters” ir iespējas aizpildīt tukšo tirgus nišu un būt konkurētspējīgiem, tāpat arī mājsaimniecību vidējie mēneša tēriņi atpūtai un kultūrai ir pietiekoši, lai sporta klubs gūtu stabilus ienākumus.

### **3.2. Nozares attīstības perspektīvas turpmākajos 3-5 gados**

Nozares attīstības perspektīvas turpmākajos gados neizskatās ļoti pozitīvi jo ekonomiskas krīzes situācija daļa no patērētājiem atteicas no dārga sporta kluba pakalpojumiem. Tirgū izdzīvos labākie, kuri piedāvā kvalitatīvus un modernus pakalpojumus sporta sfērā. SIA „Silvesters” specializēsies uz plašu klientu klāstu, būs izstrādāta īpaša cenu politika ar dažādam atlaidēm. Autore prognoze tirgus attīstību pēc 2-3 gadiem, jo tiek popularizēts veselīgs dzīves veids. Daudzi cilvēki atteicas no kaitīgiem ieradumiem un uzsāks trenēties sporta zālēs.

Galvenais risks turpmākai izaugsmei ir nepietiekoši efektīva struktūrpolitika ekonomikas konkurētspējas uzlabošanai ierobežotos finansējuma, t.sk. valsts budžeta, pieejamības apstākļos. Viens no svarīgākajiem rādītājiem, kas raksturo izaugsmi, ir IKP, tādēļ arī tieši tas tiks vērtēts analizējot nozares perspektīvas turpmākajos gados. Ir noteikta straujāks un lēnāks izaugsmes scenārijs, un katram no tiem ir piemērots IKP rādītājs. Straujākas izaugsmes scenārijā tiek paredzēts, ka arī pēc 2013. gada apstrādes rūpniecībai (un atbilstoši arī eksportam) saglabājas salīdzinoši strauji pieauguma tempi, savukārt lēnākas izaugsmes scenārijā tiek pieņemts, ka tirgojamās nozarēs vidējā termiņā konkurētspēja neuzlabojas. Līdz ar to IKP ikgadējie pieauguma tempi nepārsniegtu 3 procentus. 3.1. tabulā ir norādīta informācija par Latvijas IKP prognozēto pieaugumu nozaru griezumā.

**Latvijas IKP prognoze nozaru griezumā (reālais pieaugums procentos pret iekrieksejo gadu)**  
**2013.-2016. gads<sup>15</sup>**

	<b>2011</b>	<b>2012*</b>	<b>2013-2016*</b>
<b>Iekšzemes kopprodukts</b>	3.5	4.0/2.5	4.8/2.7
<b>Primārās nozares</b>	8.9	7.2/6.7	4.1/2.4
<b>Apstrādes rūpniecības</b>	10.0	6.0/2.6	6.7/3.0
<b>Elektroenerģija, gāze un ūdens apgāde</b>	1.9	1.5/0.2	2.3/0.6
<b>Būvniecība</b>	-3.4	8.8/6.3	8.3/4.6
<b>Tirdzinība, viesnīcas un restorāni</b>	8.4	6.8/4.3	5.1/3.2
<b>Transports un sakari</b>	6.7	5.3/3.7	5.6/4.2
<b>Citi komercpakalpojumi</b>	0.4	0.9/0.6	4.5/2.5
<b>Sabiedriskie pakalpojumi</b>	-0.6	0.0/-0.8	0.4/0.1

\* skaitītājā – straujākas attīstības scenārijā, saucējā – lēnākas attīstības scenārijā

Turpmākajos 3 – 5 gados SIA „Silvesters” plāno pilnveidot sporta kluba apkalpošanas servisu (pielāgot apkalpošanas taktiku klientu vajadzībām, veicinot aptaujas), papildināt jau esošos pakalpojumus ar jauniem (5 gadu laikā izveidot divus solārija kabinetus; paplašināt masāžas kabineta pakalpojumu klāstu, ievest praktiski jaunas, vēl plaši nezināmus aerobikas veidus, dejas veidus, manikīra kabinetus). Kā arī nākotnē uzņēmums plāno izstrādāt jaunu atlaižu programmu. Kā arī SIA „Silvesters” plāno kļūst par pazīstamāko sporta klubu Pļavniekos, tā kā atrodas izdevīgā darbības vietā: Alūksne. Protams arī ar projekta efektīvo izstrādāšanas palīdzību un citiem pasākumiem.

<sup>15</sup> [http://www.em.gov.lv/images/modules/items/tsdep/zin\\_2011\\_1/zin\\_2011\\_jun.pdf](http://www.em.gov.lv/images/modules/items/tsdep/zin_2011_1/zin_2011_jun.pdf)

### 3.3. Nozares tiesiskais regulējums

Uzņēmējdarbību jeb komercdarbību regulē dažādi normatīvie akti. Sākumā tiks aplūkota vispārēji likumdošana, kurai ir jāpakļaujas visiem komercdarbības veicējiem, kas būtu:

- komerclikums - paredzēts likuma „Par uzņēmējdarbību” aizstāšanai. Tas ir mūsdienīgāks un atbilst pasaules attīstības tendencēm uzņēmējdarbībā. Likums nosaka, kas ir komersants (komercreģistrā ierakstīta fiziskā persona –individuālais komersants un kas ir komercsabiedrība – personālsabiedrība un kapitālsabiedrība. Atrunāta komersanta un komercsabiedrības ierakstīšanas kārtība komercreģistrā. Visi komersantu veidi, to darbības reglamentācija.
  - Darba likums - nosaka darbinieka un darba devēja darba tiesiskās attiecības: darba līguma vispārīgos principus, darbinieka un darba devēja tiesības un pienākumus, darba samaksas jautājumu regulācija, darba un atpūtas laiku, darba strīdu izšķiršanas kārtību, darba attiecību izbeigšanas kārtību.
  - Darba aizsardzības likums - mērķis ir garantēt un uzlabot nodarbināto drošību un veselības aizsardzību darbā, nosakot darba devēju, nodarbināto un viņu pārstāvju, kā arī valsts institūciju pienākumus, tiesības un savstarpējās attiecības darba aizsardzībā.
  - Maksātspējas likums - paredz un apraksta visu procedūru gadījumos, kad komercuzņēmums ir nonācis maksātspējas situācijā.
  - Gada pārskatu likums - ar grozījumiem, kas izsludināti līdz 2003.gada 11.decembrim – par kārtību, kā jāveido un jāiesniedz uzņēmumu gada pārskati. „Šis likums attiecas uz Latvijā reģistrētiem komersantiem, uzņēmumiem un uzņēmējsabiedrībām, arī bezpeļņas organizācijas formā nodibinātajiem uzņēmumiem un uzņēmējsabiedrībām neatkarīgi no to uzņēmējdarbības formas un īpašuma veida (turpmāk - uzņēmums).
- (2) Šis likums neattiecas uz individuālajiem komersantiem, individuālajiem (ģimenes) uzņēmumiem, zemnieku un zvejnieku saimniecībām, kuru ieņēmumi no saimnieciskajiem darījumiem iepriekšējā pārskata gadā nepārsniedz 45 000 latu.
- (3) Šis likums neattiecas uz bankām, krājaizdevu sabiedrībām, apdrošināšanas komercsabiedrībām akciju sabiedrību formā, savstarpējās apdrošināšanas kooperatīvajām

biedrībām, privātajiem pensiju fondiem, ieguldījumu brokeru sabiedrībām un ieguldījumu pārvaldes sabiedrībām.

(4) Komerksabiedrība, kura veic pārapirošināšanu, sagatavo gada pārskatu, ievērojot Finanšu un kapitāla tirgus komisijas noteikumus, kas ir saistoši apdrošināšanas komerksabiedrībām akciju sabiedrības formā.”

- Likums par nodokļiem un nodevām - nosaka nodokļu un nodevu veidus un reglamentē nodokļu un nodevu noteikšanas kārtību, to iekasēšanu un piedziņu, nodokļu un nodevu maksātāju un nodokļu un nodevu administrācijas tiesības, pienākumus un atbildību, nodokļu maksātāju reģistrācijas kārtību, kā arī nodokļu un nodevu jautājumos pieņemto lēmumu pārsūdzēšanas kārtību.
- Preču un pakalpojumu drošuma likums - nosaka pienākumu ražotājam, izplatītājam un pakalpojuma sniedzējam ražot, laist apgrozībā, pārdot vai piedāvāt tikai drošu, cilvēka dzīvībai, veselībai un personas mantai, kā arī videi nekaitīgu preci vai pakalpojumu. Nosaka ražotājiem, pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem pienākumu informēt un sadarboties ar tirgus uzraudzības iestādēm, lai nepieļautu nedrošu preču nokļūšanu tirgū, kā arī nepieciešamības gadījumā veikt pasākumus nedrošu preču radītā riska mazināšanai.
- Likums “Par vides aizsardzību”, ar grozījumiem, kas izsludināti līdz 2004.gada 21.aprīlim - mērķis ir veicināt ilgtspējīgu attīstību vides aizsardzības jomā, radot un nodrošinot efektīvu vides aizsardzības sistēmu. Likuma mērķis ir nodrošināt indivīda tiesības dzīvot nepiesārņotā vidē. Atrunāta dabas resursu izmantošanas kārtība, kā arī noteikts, ka par dabas resursu izmantošanu maksājams nodoklis. Ugunsdrošības noteikumi nosaka ugunsdrošības prasības, kas fiziskajām un juridiskajām personām jāievēro, lai neatkarīgi no objekta īpašuma formas un atrašanās vietas novērstu un sekmīgi dzēstu ugunsgrēkus, kā arī mazinātu to sekas. Ugunsdrošības un ugunsdzēsības likums. Likums nosaka ugunsdrošības, ugunsdzēsības un glābšanas dienestu un organizāciju sistēmu, fizisko un juridisko personu uzdevumus un kompetenci ugunsdrošības un ugunsdzēsības jomā, kā arī Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienesta struktūru, funkcijas, Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienestā dienējošo specializētā valsts civildienesta ierēdņu dienesta gaitu, pienākumus, tiesības, tiesisko aizsardzību un sociālās garantijas.
- Patērētāju tiesību aizsardzības likums - mērķis ir nodrošināt patērētājam iespēju īstenot un aizsargāt savas likumīgās tiesības, slēdzot līgumu ar ražotāju, pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju.

Kad ir aplūkota vispārējā likumdošana, kas attiecas uz uzņēmuma komercdarbību, tad tiks sīkāk pētīts tiesiskais regulējums, kas attiecas tieši uz sporta klubiem „sporta klubu likums”, jo atsevišķi katrai nozarei ir savs specifisks regulējums, ko nosaka likumi, Ministru Kabineta noteikumi un Eiropas Savienības regulas, licences un atļaujas.<sup>16</sup>

Kas attiecas tieši uz sporta klubiem, tad to darbību un darbinieku kvalifikāciju regule „noteikumi par sporta speciālistu sertifikācijas kārtību un sporta speciālistam noteiktajām prasībām”, kas tika izdoti saskaņā ar Sporta likuma 20.panta trešo un ceturto daļu.<sup>17</sup>

Uzņēmuma izveidošana un tā veiksmīgas turpmākās darbības nodrošināšana ir atkarīga no prasmes izprast pircēja vajadzības, konkurenta rīcību, izvēlēties preces vai pakalpojumus, izvēlēties tirgu, kurā pārdot savu produktu vai pakalpojumu. Tirgus izpēte jāveic regulāri, jo ļoti strauji var mainīties, piemēram, konkurences vide vai tirgus dalībnieku attieksme. Iedzīvotāju skaits un ienākumi ir ļoti svarīgs rādītājs jauna uzņēmuma dibinātājiem, lai veiksmīgi varētu ieplānot SIA „Silvesters” plānoto peļņu. Otrs svarīgs rādītājs ir vidējās darba algas rādītājs. Pirms sporta kluba SIA „Silvesters” atvēršanas, tika veikta aptauja Alūksnes potenciālo iedzīvotāju vidū. Aptaujā piedalījās apmēram 50 cilvēku. Anketēšana tika veikta ar mērķi, lai noskaidrotu potenciālo klientu attieksmi par sporta klubu Pēc aptaujas datu apkopošanas tika noskaidrots, ka iedzīvotāji piekrīt, ka jauns sporta klubs ir vajadzīgs Pircējus var sadalīt grupās (segmentos) arī pēc tā, kā viņi izvēlas precī: vai viņi ilgi meklē vajadzīgo precī, salīdzina ar citām, vai vadās pēc izjūtām, un viņu izvēle ir impulsīva. Viņu pirkumu var noteikt arī ieradums, piemēram, iegādāties tikai kādas noteiktas tirdzniecības markas, uzņēmuma produktu. SIA „Silvesters” veica tirgus segmentāciju un noteica savu mērķa tirgu.

---

<sup>16</sup> <http://www.likumi.lv/doc.php?id=68294>

<sup>17</sup> <http://www.likumi.lv/doc.php?id=204329&from=off>

## 4. UZŅĒMUMA DARBĪBAS RAKSTUROJUMS, PRODUKTI, PAKALPOJUMI

SIA “Silvesters” darbības veids ir vērsts uz cilvēka ķermeņa muskulatūras, spēka un skaista ķermeņa veidošanu, kā arī uz fiziskās labsajūtas uzlabošanu.

Prece vai pakalpojums ir galvenais mārketinga līdzeklis. Pastāv teiciens: „Ja jums nav preces, jums nav nekā!” .

Saskaņā ar starptautisko terminoloģiju prece ir viss, ko var piedāvāt tirgū iegādei, izmantošanai un patēriņam, lai apmierinātu pircēju vajadzības.<sup>18</sup>

Sporta klubs sniegs sekojošus pakalpojumus:

- trenāžieru zāle;
- aerobikas nodarbības;
- masāža
- Sauna
- Kalanētikas nodarbības

Galvenais akcents tiks likts uz trenāžieru zāles darbību. Būs pieejami kardiotrenāžieri un spēka trenāžieri. Kardiotrenāžieri ir paredzēti ķermeņa liekā svara samazināšanai un problēmzonu korekcijai, savukārt, spēka trenāžieri – muskulatūras palielināšanai un formas uzturēšanai.

Kā papildus pakalpojums sporta klubā tiks piedāvātas aerobikas nodarbības, kuras būs:

- *augstas intensitātes* – paredzēti cilvēkiem, kas ar aerobiku nodarbojas jau ilgāku laiku. Tās sastāv no augstas slodzes vingrojumiem, kas vērsti uz intensīvu ķermeņa formas korekciju, muskuļu masas nelielu palielināšanu, kā arī spēka attīstīšanu.
- *vidējas intensitātes* – paredzēti cilvēkiem, kas ar aerobiku nodarbojas neilgu laiku. Tās satur vidējas slodzes vingrojumus,

---

<sup>18</sup> Ž.Caurkubule, A. Višņevska” Marketinga pamati”, Rīga, SIA Merkūrījs LAT, 2006, 78-79lpp.

kas ir vērsti uz ķermeņa fiziskā stāvokļa sagatavošanu augstas intensitātes nodarbībām, kā arī liekā svara samazināšanu.

- *zemas intensitātes* – piemērotas visiem. Tās ir vērstas uz stājas korekciju, garastāvokļa uzlabošanu, fizisku rehabilitāciju pēc traumām un sagatavošanu nodarbībām ar lielāku slodzi.

#### **4.1. Uzņēmuma produktu(pakalpojumu) raksturojums**

Piedāvātie trenāžieru un aerobikas nodarbību pakalpojumi ir piemēroti dažādu ķermeņa daļu trenēšanai. Tādēļ klientiem būs iespēja trenēt muguras un krūšu, plecu un roku, augšējo un apakšējo vēdera, kā arī kāju augšstilbu un apakšstilbu un gurnu muskulatūru.

SIA “Silvesters” var garantēt sniegto pakalpojumu augsto kvalitāti, ko nodrošinās profesionālas iekārtas trenāžieru zāles un aerobikas nodarbībām, kā arī profesionāli treneri, pie kuriem ir iespēja konsultēties par trenāžieru izmantošanu un aerobikas nodarbību apmeklējumu personīgā nodarbību grafika sastādīšanu, lai sasniegtu vēlamu rezultātu.

Uzņēmuma attīstības virzieni ir saistīti ar piedāvājuma – sniegto pakalpojumu apjoma un to veidu palielināšanu, lai panāktu ievērojamu noieta palielināšanu. Ja veiksmīgi attīstīsies pakalpojumu sniegšana, tad tiks pārdomāts par esošo pakalpojumu pilnveidošanu: papildus trenāžieru iegāde, aerobikas nodarbību dažādošana un papildus darbības veidu ieviešanu: kafējnīca veselīgam uzturam, baseins, masāžas pakalpojumi un sauna.

Tā kā veselīgam dzīvesveidam tiek piešķirta svarīga nozīme, tad pieprasījums pēc šiem pakalpojumiem būs vienmēr.

SIA „Silvesters” savu darbību uzsākas 2013. gada sākumā. Mūsu galvenais mērķis ir sporta pakalpojumu sniegšana Alūksnē. Saviem klientiem piedāvāsim apmeklēt dažādu veidu aerobikas nodarbības, trenāžieru zāli, saunu un sporta bāru. Sporta klubā „Silvesters” ikviens neatkarīgi no vecuma, dzimuma un veselības stāvokļa varēs atrast sev piemērotu fizisko aktivitāšu veidu. Pirms nodarbību sākšanas būs iespēja saņemt speciālistu konsultācijas un visu nepieciešamo informāciju, tajā skaitā - par diētām, individuālajiem treniņiem un privātajām programmām. Nodarbības vadīs treneri, kuri ne tikai pareizi, precīzi un skaisti

parādīs vingrojumus, bet arī sekos pareizai to izpildei, lai klienta veselībai nenodarītu pāri, bet gan gūtu pienākošos labumu.

SIA „Silvesters” būs reģistrēta Latvijas Uzņēmuma komercreģistrā (Reģistrācijas numurs: .....), tas dod uzņēmumam tiesības strādāt un sniegt sporta pakalpojumus. Sporta klubs savā darbībā izmantos tikai labus un pārbaudīt trenāžierus. Visām sporta iekārtām būs sertifikāti (ISO:356332323). Katrs klients varēs iepazīties ar tiem, kuri garantē drošību. Ēkā, kur SIA „Silvesters” veic savu darbību, ir jauna ventilācija un ir jauni kondicionieri.

SIA „Silvesters” varēs garantēt sniegto pakalpojumu augsto kvalitāti. Aerobikas programmu kvalitāti varēs garantēt augsts treneru kvalifikācijas līmenis. Nodarbību uz trenāžieriem drošību nodrošinās trenāžieru laba kvalitāte. Atsaucīgi treneri nodrošinās klientu labu garastāvokli un līdz ar to augstu apkalpošanas līmeni. Visi sporta kluba treneri būs ar darba pieredzi un ar to varēs nodrošināt darbinieku kompetenci daudzos nestandarta jautājumos. Treneru uniforma tiks pirktā veikalā „Nike”, kas garantēs treneru labu izskatu un pievilcīgumu.

Sporta klubā „Silvesters” strādās tikai profesionāli instruktori, kuri ir beiguši Latvijas Sporta Pedagoģijas akadēmiju, izstrādās katram klientam individuālas treniņu programmas atbilstoši klienta izvēlētajam mērķim.

SIA „Silvesters” piedāvās savus pakalpojumus tirgum uzmanības pievēršanai, pakalpojumu pirkšanai, izmantošanai. Piedāvājot savus pakalpojumus SIA „Silvesters” uztvers ideju trijos līmeņos:

- Pamat līmenī atrodas pamatpakalpojums. Pastāv jautājums, ko tiešām iegūst patērētājs? SIA „Silvesters” pārdos ne pakalpojumus, bet labu garastāvokli, ideālu figūru, veselību, cerību.
- Pēc tam pamatpakalpojumu jāpārveido par pakalpojumu reālā izpildē. Lai īstenotu ideju par pamatpakalpojumu, ir jāizmanto papildus pakalpojumus vai pakalpojumus reālā izpildē. Tie ir pakalpojumi, kurus SIA „Silvesters” sniegs ar trenāžieru zāles, treneru, sporta palīdzību.
- Beigās SIA „Silvesters” pievērš uzmanību kopīgajam pakalpojumam. Līdz ar to būs piedāvātās atlaides skolniekiem, studentiem, invalīdiem, zemākas cenas, nekā pie konkurentiem, iespēja uzzināt vairāk par nodarbību jēdzienu un sastādīt sev piemēroto nodarbību kārtību.

**Skrejceļiņš Vision Fitness T8600-** Skrejceļiņi ir aerobi trenāžieri, un uz tiem var precīzi dozēt un kontrolēt slodzi. Tie ir arī aprīkoti ar sirds ritma monitoriem, un uz tiem var redzēt

aptuveno enerģijas patēriņu. Kā arī tajos ir iekļautas dažādas slodžu programmas, veselības sportā tā ir slodze, kas vislabāk ietekmē dažādu organisma sistēmu funkcionālo stāvokli, nostiprina veselību, paaugstina darbaspējas un uzlabo vielmaiņu, kā arī nodrošina slimību profilaksi.

**Cykel Vision Fitness 3600-** Vispopulārākais trenāžieru veids. Lieliski attīsta izturību, nostiprina sirds-asinsvadu sistēmu, vienlaicīgi trenējot arī kāju un muguras muskulatūru. Paneļa displejā var sekot līdzi distancei, ātrumam un pulsam. Starp velo trenāžieriem var izdalīt divas pamata grupas – mehāniskie un magnētiskie. Atkarībā no slodzes regulēšanas veida, mehāniskie dalās siksna trenāžieros (slodze ir atkarīga no lentas nostiepuma pakāpes un tās berzes pret spararatu) un disku trenāžieros (darbība balstās uz bremžu disku pretestību, piespiežoties spararatom). Katrai no sistēmām ir savas priekšrocības: siksnu velo trenāžieri ir kompaktāki; disku velo trenāžieriem ir liela inerce un tie lieliski imitē braukšanu ar sacīkšu velosipēdu; magnētiskie – klusi un tiem ir vienmērīga gaita. Visvienkāršākie ir velosipēdi ar siksna slodzi. Tiem ir minimālas funkcijas, ar kurām pietiek, lai veiktu pilnvērtīgu treniņu: borta displejs, pulsa mērierīces utt.

**Eliptical Vision Fitness X6600-** interesanta vidējas intensitātes nodarbība, kura ietver spēka treniņu, kurš mijas ar sprinta treniņu jeb “kalnā un no kalna lejā braukšanu” . Nostiprina augšstilba un sēžas muskulatūru. Papildus nodarbībā tiek noslogota ķermeņa augšdaļa – krūšu un roku muskulatūra. Nobeiguma daļā iekļauti speciāli stiepšanās vingrinājumi muskuļu grupām.

**Kerko 40, trenāžieris-** skriešanas trenāžieris

**Kerko 41, airēšanas sēdtrenāžieris-** ir piemērots muguras un roku trenēšanai

**Callanetics** – stingri izstrādāta vingrošanas sistēma, kura balstās uz daudzkārtēju vingrojumu atkārtojumu. Izometriska un dinamiska darba režīma rezultātā tiek nostiprināta visdziļākā ķermeņa muskulatūra. Vingrinājumus izpilda lēnā tempā. Ieteicams cilvēkiem ar muguras problēmām. Dažādiem sagatavotības līmeņiem.

**Aerobika** – vidējas intensitātes aerobikas nodarbība ar vieglu, bet interesantu horeogrāfiju, sirds-asinsvadu un elpošanas sistēmu treniņš – dažādiem sagatavotības līmeņiem.

**Yoga** – tā ir mācība par vienotību: ķermeņa vienotību ar prātu un prāta vienotību ar garu. Joga ir uzticams palīgs sievietei sarežģītajā, bet interesantajā sevis iepazīšanas ceļā.

**Vēdera preses treniņšols-** tas ir trenažieris, kas palīdz veikt vēder preses vingrojumus, tie ir vingrojumi, kuru laikā tiek nodarbinātas vairākas muskuļu grupas uzreiz. Nav vajadzīgs atsevišķi nodarbināt krūtis, pēc tam plecus un tricepsus, ja to visu var iekļaut vienā vingrojumā. Tieši daudzpusīgie vingrojumi ir visefektīvākie, turklāt tie ļauj pavadīt īsāku laiku trenažieru zālē. Turklāt šie vingrojumi ir ne tikai interesantāki un aizraujošāki, bet arī vairāk noslogo un nodarbina muskuļus, kas savukārt sekmē augšanas hormona izdalīšanos, kas palīdz dedzināt taukus. Turklāt nevajag uztraukties, ja esat iesācējs, jo jāstrādā ar tiem svariem, kas jums ir pa spēkam. Vingrojumi ne tikai padarīs jūs spēcīgāku, bet, kopā ar sabalansētu diētu, arī ļaus jums zaudēt lieko svaru. Turklāt fiziskās aktivitātes palīdzēs taukus pārvērst muskuļos, jo enerģiju, ko uzglabājat tauku veidā, jūs pārvērtīsiet enerģijā, kas baro muskuļus.

**Muguras treniņšols-** ideāli piemērots vēdera muskulatūras, muguras un gurnu trenēšanai.

#### 4.2. Izejvielu un materialu īss raksturojums, piegādātāji

SIA „Silvesters” galvenais piegādātājs būs sporta preču un iekārtu firma „Rantzows Sport”, kas ir lielākā Zviedrijā un specializējas sporta iekārtu jomā.<sup>19</sup> Ar piegādātāju tiks noslēgts piegādes līgums, kas nosaka elastīgu piegādes sistēmu. Pasūtījums tiks piegādāts 1 – 2 nedēļu laikā. Pasūtījumiem, kuri pārsniedz 1000Ls, transporta piegāde ir bez maksas. Apmaksa jāveic 30 dienu laikā pēc pasūtījuma saņemšanas. 14 dienu laikā ir tiesības atgriezt preci, ja tā neatbilst prasībām, un saņemt naudu atpakaļ. Visus transporta izdevumus šādā gadījumā apmaksā piegādātājs.

Pārējie sporta kluba iespējamie piegādātāji:

- *materiāli telpu remontam* – būvmateriālu firma „Nelss”, „Depo”, „SIA Valdis”
- *elektroiekārtas birojam* – biroja iekārtu firma „IT Plus”, „Lana” un „Inter Rīga”;

---

<sup>19</sup> <http://www.rantzows.lv/>

- *mēbeles telpu iekārtojumam* – mēbeļu firma „Ekros”<sup>20</sup> un „ Optimus mēbeles”<sup>21</sup>;
- *mazvērtīgais inventārs un saimniecības preces* – attiecīgas firmas.

No minētajām firmām tiks izvēlētas tās, kuru piedāvātās cenas un piegādes nosacījumi būs izdevīgāki.

SIA „Silvesters” sadarbības partneri būs ēkas īpašnieks, kas iznomā telpas sporta kluba darbībai un galvenais piegādātājs, kas sporta kluba telpās izvietos savu reklāmu.

### Pakalpojumu koncepcija

Sporta kluba klientu pieņemšana un reģistrēšana notiks pie administrācijas darbinieka, piesakot izvēlēto pakalpojumu, apmeklējuma laiku un ilgumu. Būs iespējams pieteikties arī telefoniski. Apmeklētājiem tiks piedāvāts izmantot uzgaidāmo telpu, gērbtuves un dušas telpas. Tāpat arī klientiem būs iespēja saņemt konsultācijas no sporta kluba darbiniekiem sev interesējošos jautājumos. Par pakalpojuma izmantošanu varēs norēķināties skaidrā naudā pirms vai pēc apmeklējuma.

Piedāvātie trenāžieru un aerobikas nodarbību pakalpojumi ir piemēroti dažādu ķermeņa daļu trenēšanai. Tādēļ klientiem būs iespēja trenēt muguras un krūšu, plecu un roku, augšējo un apakšējo vēdera, kā arī kāju augšstilbu un apakšstilbu un gurnu muskulatūru.

SIA „Silvesters” galvenais piegādātājs būs sporta preču un iekārtu firma „Rantzows Sport”, kas ir lielākā Zviedrijā un specializējas sporta iekārtu jomā. SIA „Silvesters” sadarbības partneri būs ēkas īpašnieks, kas iznomā telpas sporta kluba darbībai un galvenais piegādātājs, kas sporta kluba telpās izvietos savu reklāmu.

---

<sup>20</sup> <http://www.ekros.lv/>

<sup>21</sup> <http://www.optimus.lv/>

## 5. MĀRKETINGS

**Tirgzinība** (arī **tirgvedība** vai **mārketings**) -ir sociāls process, kurš nodrošina patērētāju vēlmju identificēšanu, fokusējot tās konkrēta produkta vai pakalpojuma virzienā, un virzot šo produktu vai pakalpojumu tirgū tā pircējiem. Mārketings ir fundamentāla disciplīna jebkuras uzņēmējdarbības attīstībai. Jēdziens „ mārketings” apzīmē darbības, ko uzņēmums veic gan tā ietvaros, gan saskarsmē ar klientiem.<sup>22</sup>

Tā ir radoša disciplīna, kura ietver reklāmu, izplatīšanu un pārdošanu. Tāpat tas ir saistīts ar patērētāju esošo un potenciālo vajadzību un vēlmju izpēti ar mārketinga pētījumu palīdzību.

Pētījumi dod iespēju prognozēt pieprasījuma izmaiņas un iespējamās izmaiņas uzņēmuma ārējā vidē, dod iespēju novērtēt tirgu: kādas preces un kādus pakalpojumus var tajā pārdot, kādā apjomā un par kādu cenu. Pētījumiem jānodrošina arī tirgus izlūkošana, tas ir, jāiegūst ticams priekšstats par konkurentu darbību, konkurentu iespējām un nodomiem. Pētījumi nodrošina informāciju, lai varētu plānot sortimentu, cenu un izmaiņas tajā, plānot arī reklāmu un noieta loģistiku, kas ietver preču glabāšanu, uzkrāšanu un to piegādi pircējiem. Minētie pētījumi ļauj novērtēt uzņēmuma mārketinga iespējas, noskaidrojot, kāda ir tās mārketinga darbības, kas nodrošinātu uzņēmumam konkurences priekšrocības. Mārketinga vispārējie pamatprincipi nosaka katra uzņēmuma darbības mērķus, funkcijas, kuras ir savstarpēji saistītu darbību komplekss. Mārketinga funkcijas ir saistītas ar pieciem mārketinga elementiem (prece, vieta, cena, virzīšana tirgū, pircējs, klients) un vidi, kurā tie atrodas.<sup>23</sup>

Tā kā SIA „Silvesters” ir jaunums esošajā tirgū, ir nepieciešams izstrādāt tirgus iekarošanas stratēģiju ar atbilstošām reklāmas aktivitātēm, realizācijas simulēšanas pasākumiem, sabiedriskās domas veidošanu un personisko apkalpošanu.

Uzsākot darbību, uzņēmums izmantos informējošo reklāmu, kas sniegs iepazīstinošu un viegli uztveramu informāciju par jauno piedāvājumu pilsētā - piedāvātajiem pakalpojumiem, to kvalitāti un atbilstoši tai noteiktajām cenām.

---

<sup>22</sup> D. Blaits „ Mārketings rokasgrāmata”, Rīga, Zvaigzne ABC, 2004, 11pp.

<sup>23</sup> Mārketinga pamati, Rīga, Jumava, 2002, 13lpp, biroja sērija.

Kad pakalpojumi tirgū atradīsies augšanas stadijā, lielāka uzmanība tiks pievērsta pārlicinošai reklāmai, jo ir svarīgi, lai klienti dotu priekšroku tieši jaundibināmā uzņēmuma pakalpojumiem, nevis konkurentiem.

Reklāmas kampaņas tiks aktivizētas, darbību uzsākot un ik pēc pusgada, sezonai sākoties. Veiktie reklāmas pasākumi nodrošinās klientu skaita pieaugumu sporta kluba darbības sākuma periodā un palīdzēs veidot pastāvīgu klientu loku turpmākajā darbībā.

Galvenie reklāmas izplatīšanas līdzekļi būs sludinājumi vietējā laikrakstā, radio, bukleti, plakāti un vizītkartes. Taču galvenais reklāmas izplatīšanas līdzeklis būs pats sporta klubs – tā logo, jo gandrīz katram no potenciālajiem klientiem, braucot garām vietai, kur plānots veikt komercdarbību, tas būs labi pamanāms.

Tiks izmantoti arī noieta veicināšanas pasākumi – atlaižu piemērošana skolniekiem un studentiem, kā arī mēneša abonements ar atlaidi.

Sabiedriskās domas veidošanai uzņēmums sadarbosies ar masu medijiem, sniedzot intervijas par sporta kluba darbību un tā attīstību.

Pakalpojumu virzībai tirgū tiks izmantota arī augstā apkalpošanas kvalitāte – katrs klients tiks apkalpots personīgi.

Uzņēmuma galvenais uzdevums ir panākt, lai mērķa segmentam būtu stabilas zināšanas par sporta klubu un tā sniegtajām iespējām.

### **5.1. Pakalpojumu noieta veicināšana**

No Sabiedrības pakalpojumu noieta veicināšanas pasākumiem lielā mērā būs atkarīgs arī pieprasījums pēc tiem. No tā cik veiksmīga un piesaistoša būs pakalpojumu reklāma atkarīga arī publikas atsaucība un, ja reklāma būs neveiksmīga, atsaucība var būt arī negatīva. Reklāmai jābūt pārdomātai un efektīgai, jo tā ne tikai piesaista klientus, bet arī zināmā mērā veido Sabiedrības tēlu.

Vispopulārākais mārketinga veids ir reklāma.

**Reklāma**-ir apmaksāts un nepersonalizēts mārketinga komunikācijas veids, kuru veic identificēti reklāmdevēji, izmantojot dažādus izstrādes paņēmienus un izplatīšanas līdzekļus, lai ietekmētu pircēju rīcību un sasniegtu komunikācijas mērķus.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> V.Praude, J.Šalkovska” Mārketinga komunikācijas” ,Rīga, Vaidelote, 2005, 211pp.

**Reklāma** — Sava uzņēmuma tēla veidošana ir svarīga ārējā mārketinga daļa. Tādejādi uzņēmuma logo, dizainam, krāsām, izvietojumam un saukļiem ir pilnībā jāatbalsta uzņēmuma tēls. Tas ir īpaši svarīgi pakalpojumiem, kuri ir vairāk netaustāmi. Reklāmas mērķi principā ir saistīti ar uzņēmuma pamatmērķiem. Attiecībā uz reklāmas pasākumu tiešo iedarbību bieži tiek uzsvērti arī reklāmas mērķi, kuri izriet no reklāmas iedarbības pakāpēm.

Starp reklāmas pielietojumu un reklāmas rezultātiem parasti pastāv nobīde laikā. Tādēļ katrā konkrētā gadījumā ir jāizdibina, kāda ir reklāmas iedarbības gaita atkarībā no reklāmas parādīšanās biežuma un intensitātes un pēc cik ilga laika reklāma noved pie pirkšanas lēmuma. Tikai tad ar reklāmu var panākt to, ka vēlmais pieprasījums iestājas vēlamojā laika momentā.

Reklāmu daudzi profesionāļi uzskata par vieglu veidu kā sasniegt izaugsmi un peļņu. Reklāmai ir ietekme uz uzņēmuma tēla veidošanu, taču bieži vien tā netiek izanalizēta no tāda viedokļa, cik daudz potenciālo klientu patiešām redzēja reklāmu un daudz svarīgāk, cik daudz viņi atceras un reklāmas un tās ziņojuma.<sup>25</sup>

Uzņēmums var arī izmantot sabiedriskās attiecības, kas palīdz atpazīt uzņēmuma nosaukumu un uzsver piedāvātos produktus un pakalpojumus. Tas ir izdarāms izmantojot televīziju, radio, preses intervijas, un rakstus par uzņēmumu. Kā arī vēl uzņēmums sava tēla nostiprināšanai var izmantot sponsorēšanu, atbalstot dažādus sporta un kultūras pasākumus. Bieži vien tas ir labs veids kā paaugstināt savas firmas profilu bez iesaistīšanās aktīvā mārketingā.

Lielākie pakalpojumu uzņēmumi ir uz patērētāju orientēti. Tiem ir noteikta stratēģija, lai apmierinātu patērētāju vajadzības un nonāktu pie ilgstošas patērētāju lojalitātes. Attiecībā uz sporta klubiem, ir svarīgi, lai tie kā galveno savas darbības pamatā uzskatītu kluba klientu un viņa vajadzības. Tādejādi ir būtiski noskaidrot, kādas vajadzības izsauc klienta vēlmi apmeklēt sporta klubu.

Viņiem ir augstākā līmeņa vadītāju uzticēšanās kvalitātei. Sporta klubu vadībai ir jāpievērš uzmanība ne tikai finansiālajai darbībai, bet arī kvalitatīva pakalpojuma sniegšanai. Viņiem ir jāattīsta kvalitātes kultūra, kas veicina un atbalsta labu pakalpojuma sniegšanu.

Labākie pakalpojuma sniedzēji uzstāda augstus kvalitātes standartus. Standartiem ir jābūt noteiktiem pietiekoši augstiem, bet par saprātīgu un pieņemamu cenu. Labākie pakalpojumu uzņēmumi nedarbojās tikai lai sniegtu “labu” pakalpojumu, viņu mērķis ir

---

<sup>25</sup> D.Patens” Kā veidot mārketingu” ,Rīga, SIA Lietišķais informācijas dienests, 2009, 118lpp.

sniegt pakalpojumu 100% bez trūkumiem. Piemēram, klubs kā mērķi izvirza, lai noteikts procents klientu sniegtos pakalpojumus varētu vērtēt kā labus vai augstus un ja tā nav, tad attiecīgi jārīkojas.

Labākie pakalpojumu uzņēmumi cieši uzrauga pakalpojumu darbību – gan savu, gan konkurentu. Sporta klubu vadība ziņo par saviem uzskatiem par pakalpojuma kvalitāti darbiniekiem un saņem arī darbības atsauksmes. Klientam ir jādod iespēja izteikt savas sūdzības par kluba darbību, lai būtu iespēja novērst sliktus pakalpojumus.

Lai vadīti pakalpojumu uzņēmumi apmierina gan tās darbiniekus, gan arī patērētājus. Sporta kluba vadībai ir jātic, ka labas darbinieku attiecības rezultējas labās klientu attiecībās. Vadība skaidri nosaka pakalpojuma līmeņa mērķus, tādejādi darbinieki zina, kādi pakalpojuma mērķi viņiem ir jāasniedz un arī to klienti zina, ko var sagaidīt no sadarbības ar sporta kluba pakalpojuma sniedzēju. Pieaugošās izmaksas, piemēram, kvalitātes uzlabošanai liek pakalpojuma uzņēmumam vairāk domāt par pakalpojuma produktivitātes palielināšanu. Problēma ir īpaši būtiska, kur pakalpojums prasa lielāku darbaspēku. Piemēram, sporta klubos produktivitāte var tikt uzlabota vairākos veidos:

- ✓ Sporta kluba vadība var piedāvāt kvalitatīvāku apmācību kluba treneriem, apmācīt administrācijas personālu vai arī pieņemt jaunus darbiniekus, kuri ir gatavi strādāt ar lielāku slodzi un daudz prasmīgāk par to pašu samaksu;

- ✓ Sporta klubu pakalpojumu sniedzēji var palielināt sava pakalpojuma kvantitāti, atsakoties no kvalitātes, piemēram, paplašinot telpas, tādejādi sniedzot iespēju apmeklēt klubu vairākiem klientiem vienlaicīgi;

- ✓ Ir iespējams uzlabot produktivitāti piedāvājot klientiem daudz efektīvākus pakalpojumus, tādus, kurus klienti vēlētos saņemt papildus jau piedāvājumiem, kā arī rast iespēju kluba telpu lietderīgai izmantošanai, piemēram, sekojot līdzi tam, lai pakalpojumu sniegšanas telpas vienmēr būtu aizņemtas;

- ✓ Tā kā sporta klubiem nākas saskarties ar mainīgu pieprasījumu var palielināt produktivitāti, paaugstinot elastīgumu un pārveidojot pieprasījumu. Pieprasījuma kustības var tikt mainītas izmantojot cenu diferencēšanu, rezervācijas sistēmu un stimulējot mazāk apmeklēto laiku pieprasījumu. Šajā sakarā sporta klubi piedāvā lētākus abonementus apmeklējumiem pa dienu, lai nebūtu tik liels klientu pieplūdums vakara stundās, kad lielākajai daļai klientu ir brīvs laiks atpūtai. Kā arī sporta klubi piedāvās rezervācijas sistēmu uz tādām nodarbībām, kurās ir iespējams ierobežots skaits klientu.

Tā kā jaunais uzņēmums SIA „Silvesters” darbosies tirgus apstākļos, tad tā pastāvēšana būs atkarīga no ārējās vides faktoru ietekmes, kuru iedarbība ir ļoti dažāda. Visu ārējo faktoru ietekme var būt gan pozitīva, gan negatīva. Līdz ar to praktiskajā darbībā nākas saskarties ar šo faktoru iedarbību. Uzņēmums pēc savas pamatdarbības raksturojumiem pieder komercdarbības klasifikācijas nozarei „Pārējie sociālie, komunālie un individuālie pakalpojumi” tās apakšnozarei „Sports”, un nodarbojas ar sporta, atpūtas, kā arī relaksācijas un veselības konsultāciju pakalpojumu sniegšanu. Šai komercdarbības nozarei mūsdienās ir liels izaugsmes potenciāls. Šajā nozarē aizvien veidojas jauni un progresīvi uzņēmumi, tāpēc uzņēmumam jārēķinās ne tikai ar pastāvošajiem, bet arī ar nākotnē paredzamajiem konkurentiem. Lai nodrošinātu stabilu vietu šajā tirgū uzņēmumā nepārtraukti notiek tirgus un konkurences izpēte un analīze, kā arī tiek izstrādāta mārketinga stratēģija un noteiktas efektīvākās mērķa tirgus iekarošanas metodes.

Lai piesaistītu pēc iespējas vairāk klientus un iepazīstinātu publiku ar piedāvātajiem pakalpojumiem uzņēmums „Silvesters” izmantos vairākus reklāmas veidus:

- Bukletu un plakātu izplatīšana pilsētas centrā un tuvākajos rajonos;
- Būs jāizgatavo plakāti, kurus iespējams pielikt autobusu pieturās, pie informācijas stendiem.
- Mājas lapas izveidošana internetā;
- Vizītkaršu iesniegšana klientiem;
- Reklāma avīzē;
- Reklāma būs izvietota Latvijas laikrakstā „Malienas ziņas”, kas iznāk reizi nedēļā.
- Bannera uzlikšana dažādu uzņēmumu mājas lapās.

## **5.2. Uzņēmuma klientu analīze**

Sabiedrība pēc savas pamatdarbības raksturojumiem pieder komercdarbības klasifikācijas nozarei „Pārējie sociālie, komunālie un individuālie pakalpojumi”, precīzāk, tās apakšnozarei „Sports”, un nodarbojas ar sporta, atpūtas, kā arī relaksācijas un veselības konsultāciju pakalpojumu sniegšanu. Šai komercdarbības nozarei mūsdienās ir liels

izaugsmes potenciāls. Šajā nozarē aizvien veidojas jauni un progresīvi uzņēmumi, tāpēc Sabiedrībai jārēķinās ne tikai ar pastāvošajiem, bet arī ar nākotnē paredzamajiem konkurentiem. Lai nodrošinātu vietu šajā tirgū Sabiedrība ir veikusi tirgus un konkurences izpēti un analīzi, kā arī izstrādājusi nopietnu mārketinga stratēģiju un noteikusi efektīvākās mērķa tirgus iekarošanas metodes.<sup>26</sup>

### **1. Sabiedrību ietekmējošā makrovide:**

- iedzīvotāju dzīves līmenis;
- konkurenti;
- sezonālais pieprasījums;
- ekonomiskā situācija valstī;
- politiskā situācija valstī, juridiskie grozījumi;
- jaunu tehnoloģiju ieviešana tirgū;

### **2. Sabiedrību ietekmējošā mikrovide:**

- pieprasījums pēc Sabiedrības piedāvātajiem pakalpojumiem;
- mārketinga programmas efektivitāte;
- Sabiedrības personāla profesionalitāte;
- ienākumu un izmaksu efektīva mijiedarbība;
- piegādāto pamatlīdzekļu garantijas un veiksmīga funkcionēšana;
- Sabiedrības pārvaldes profesionalitāte.

Lai noteiktu potenciālo klientu loku Sabiedrība ir veikusi tirgus segmentāciju, kura sekmēs pakalpojumu piemērošanu atbilstoši potenciālā klientu loka vēlmēm un vajadzībām;

Tā kā katra klienta vajadzība ir unikāla, tad SIA „Silvesters” veica tirgus segmentāciju. Analizējot mērķtirgu, tika noteikts:

- potenciālie klienti;
- to skaits (%);
- izvietojums;
- finansiālais stāvoklis;
- apmeklējumu mērķis.

---

<sup>26</sup> V.Praude, J.Šalkovska” Mārketinga komunikācijas” ,Rīga, Vaidelote, 2005, 144.lpp

Lai pēc iespējas precīzāk noteiktu mērķtirgu, tika veikta aptauja, kurā piedalījās respondenti no Alūksnes.) Apkopojot aptaujas rezultātus var noteikt galvenos rādītājus, kas raksturo SIA “Silvesters” potenciālos klientus. (skat.5.1.tab.)

5.1. tabula

**SIA „Silvesters” potenciālo klientu segmentācija<sup>27</sup>**

Demogrāfiskais rādītājs	
<b>Vecums</b>	16 līdz 20 g. – 7% 21 līdz 25 g. – 10 % 26 līdz 30 g. – 5 % 31 līdz 35 g. – 33% 36 līdz 40 g. – 33 % 41 līdz 45 g. – 7 % 46 līdz 50 g. – 5 %
<b>Dzimums</b>	Sievietes – 50 % Vīrieši – 50 %
Ģeogrāfiskais rādītājs	
<b>Dzīvesvieta</b>	Pilsētas centrs – 50 % Ziemeļu rajons – 29 % Ape – 2 % Alūksnes rajons – 14 % Cita – 5 %
Sociālekonomiskais rādītājs	
<b>Sociālais statuss</b>	Strādājošais – 48 % Students – 36 % Skolnieks – 24 %
<b>Vidējie mēneša ienākumi</b>	Līdz 200 Ls – 7 % 300 līdz 400 Ls – 39 % 250 līdz 300 Ls – 37 % Virs 400 Ls – 17 %

SIA „Silvesters” potenciālo klientu vecuma diapazons var būt samērā plašs – līdz 50 gadi un vairāk, jo sporta kluba pakalpojumi nenosaka vecuma ierobežojumus. Lielākā daļa ir vecumā no 25 līdz 40 gadiem. Sporta kluba mērķtirgus sadalījumā pēc dzimuma ir proporcionāli vienāds.

Galvenokārt, sporta kluba apmeklētāji būs Alūksnes un Alūksnes rajona iedzīvotāji

<sup>27</sup> Autores veidota tabula

Pēc iedzīvotāju sociālā statusa lielāko daļu mērķtirgus sastāda strādājošie, attiecīgi pēc aptaujas datiem par vidējiem mēneša ienākumiem lielāko īpatsvaru sastāda iedzīvotāji ar 250 līdz 300 un vairāk latiem lieliem ienākumiem. Ņemot vērā pašlaik noteikto minimālo mēneša algu, šis rādītājs ir salīdzinoši augsts, attiecīga ir arī potenciālo klientu pirktspēja.

Galvenais kritērijs, uz ko tiks orientēti SIA „Silvesters” piedāvātie pakalpojumi, ir potenciālo klientu atšķirīgās vēlmes un vajadzības. Galvenās vajadzības, ko klients vēlas apmierināt ir formas uzturēšana un figūras veidošana, pakārtoti tam arī labsajūtas uzlabošana un muskulatūras trenēšana.

### Prognozējamais klientu skaits

Lai noteiktu SIA „Silvesters” apmeklētāju skaitu mēnesī, ir jāņem vērā:

- optimālais trenāžieru zāles un aerobikas nodarbību apmeklējuma biežums  $\approx 3$  x nedēļā;
- optimālais nodarbību ilgums: trenāžieru zālē  $\approx 2$  h, aerobikas nodarbībās  $\approx 1$  h
- kolanētikas nodarbību apmeklējumu biežums  $\approx 2$ x nedēļā
- masāžas biežums  $\approx 1$ x nedēļā
- saunas apmeklējuma biežums  $\approx 2$ x-4x nedēļā
- sporta kluba darba laiks.

Maksimāli mēnesī tiek paredzēts apkalpot 2340 sporta kluba apmeklētāju: trenāžieru zālē  $\approx 1620$ , aerobikas nodarbībās  $\approx 720$ .

Izvērtējot tirgus analīzes rezultātus, uzņēmums apsver iespēju uzlabot un paplašināt darbību, lai aptvertu pēc iespējas lielāku tirgus daļu un nodrošinātu optimālāku klientu vēlmju un vajadzību apmierināšanu. Sporta klubam ir lielas iespējas veiksmīgi darboties un aizpildīt tukšo tirgus daļu, jo potenciālo klientu skaits ir pietiekošs, bet konkurence ir neliela.

### **5.3. Uzņēmuma konkurentu analīze**

Konkurence vienmēr ir bijis un būs galvenais produktu un pakalpojumu attīstības un pilnveidošanās dzinējspēks un jo sīvākas konkurentu cīņas savā starpā, jo izdevīgāki nosacījumi patērētājam – konkurences rezultātā samazinās cenas, pieaug produkta, apkalpošanas un piegādes

kvalitāte. Lai piesaistītu klientus, izcīnot konkurentu cīņu katram uzņēmumam jāizdomā un jāpiedāvā patērētājiem kas tāds, kas nav citiem konkurentiem vai arī tas pats, bet labākā kvalitātē un par izdevīgākām cenām.

Tā kā Alūksnē ir tikai viens konkurents, kurs piedāva stabdартu pakalpojumu kompleksu- aerobikas nodarbības un trenāžieru zāli, tad savukart SIA” Silvesters” piedāvā arī trenāžieru zāli, aerobikas nodarbības un papildus vēl masāžu, saunu un kalānetikas nodarbības.

Novērtējot pašreizējo stāvokli, nedrīkst ignorēt konkurentus, jo pircēji parasti iegādājas tās preces un pakalpojumus, kuru kvalitāte un cena visvairāk atbilst viņu vēlmēm. Lai uzņēmums spētu noturēties konkurences cīņā, tam jāzina: kas ir uzņēmuma tiešie un arī netiešie konkurenti, kā konkurenti darbojas tirgū, kādas ir konkurentu priekšrocības un trūkumi.<sup>28</sup>

Konkurētspējas nodrošināšanai SIA „Silvesters” ir jāveic tirgū darbojošos konkurentu analīze, ievācot informāciju par to darbības stiprajām un vājajām pusēm, paralēli izvērtējot savas priekšrocības un trūkumus, kā arī nosakot, cik lielā mērā attiecīgais konkurents spēj būt par projekta īstenošanas un mērķu sasniegšanas draudiem. Konkurentu analīzes rezultātā tiks novērtētas jaunā projekta tirgus iespējas un iegūt pamatu mārketinga stratēģijas izstrādei.

SIA „Silvesters” konkurenti ir uzņēmumi, kas nodarbojas ar līdzīga veida pakalpojumiem un atrodas Aluksnes pilsētā. Tāds Aluksnes pilsētā ir tikai viens. Lielākajā daļā konkurences analīzes rādītājos SIA „Silvesters” ir priekšrocības. Taču arī konkurentiem ir savas pozitīvās iezīmes, galvenokārt, cenas.

SIA” Silvesters” piesaistīs klientus pirmkārt ar efektīvu reklāmas kampaņu, kā arī ar augstām un kvalitatīvām tehnoloģijām, komfortablām telpām un laipnu apkalpojošo personālu, pie tam, par pieņemamām cenām. Sabiedrība ir izpētījusi tuvāko un nopietnāko konkurentu piedāvātos pakalpojumus un ir apkopojusi datus sekojošā 5.2. tabulā kurā Sabiedrības un tās nopietnāko konkurentu pakalpojumi vērtēti 5 ballu sistēmā:

---

<sup>28</sup> Rasma Alsiņa „Mācies plānot” Biznesa plāna pamati, 2005; 32. lpp Konkurentu darbības analīze.

Konkurentu analīze<sup>29</sup>

Rādītāji	SIA "Spēka Pasaule"	SIA "Silvesters"
Tehnoloģijas	2	5
Cenas	2	4
Apkalpošana	3	5
Atlaides	3	5
Kvalitāte	3	5
Reklāma	3	5
Konsultācijas	4	5
Atrašanās vieta	2	5
<b>Kopā</b>	<b>22</b>	<b>39</b>

Alūksnē uzņēmumam SIA "Silvesters" patav tikai viens konkurents, vairak citu konkurentu nav.

Tabulā apkopotie rādītāji parāda Sabiedrības vispārīgās priekšrocības konkurentu vidū. Šie abi kopējā vērtējumā atšķiras un SIA "Silvesters" pārspēj konkurentu ar tehnologiju, reklāmu, cenām, atlaidēm, ka arī ar atrašanas vietu un pakalpojumu kvalitāti. Sabiedrībai pastāvīgi jāseko konkurentu rīcībai, centieniem pārvilināt klientus un pastāvīgi jāveic pasākumus, kas palīdzētu pievilināt jaunus un noturēt jau esošos klientus.

Attiecīgi maksimāli tiks izmantotas tās iespējas, ko konkurenti neizmanto:

- piedāvāt klientiem pēc iespējas pieņemamāku darba laiku;
- piedāvāt klientiem plašāku sporta kluba pakalpojumu klāstu;
- piedāvāt klientiem labākas kvalitātes trenāžieru zāles un aerobikas nodarbību pakalpojumus un apkalpošanu;

Taču ir arī daži vispārīgi trūkumi:

- *atrašanās vieta* – salīdzinoši tuvu konkurentiem;
- *jaunums* – pagaidām sabiedrībai nepazīstams.

<sup>29</sup> Autores izveidota tabula

- Trūkumu novēršanai tiks veikti šādi pasākumi:
- jāpanāk uzņēmuma atpazīstamība sabiedrībā;
- jāveic aktīva pakalpojumu pārdošanas darbība.

Kopumā konkurences situācija vērtējama kā labvēlīga, tāpēc SIA „Silvesters” ir iespēja veiksmīgi uzsākt komercdarbību.

Veicot mārketinga pētījumu par to vai ir pieprasījums pēc sporta kluba Alūksnē cilvēkiem to darba un dzīves vietas tuvumā, tika veikta aptauja. Aptaujā piedalījās 50 cilvēki, kas aktīvi apmeklē sporta klubus savas dzīves vietas un darba vietas tuvumā t.i., jau esošo sporta klubu klienti – sporta un atpūtas centra „Speka pasaule” un sporta kluba “Silvesters” apmeklētāji. Veiksmīgai aptaujas izveidošanai notika arī sporta klubu darbinieku intervēšana, eksperta vērtējumi.

#### **Mārketinga pētījuma mērķi ir:**

1. Noskaidrot cik bieži un ilgi cilvēki apmeklē sporta klubus;
2. Noskaidrot kādu mērķu vadīti klienti apmeklē sporta klubus;
3. Noskaidrot pēc kādiem kritērijiem klienti izvēlās sporta klubus;
4. Noskaidrot avotos, no kuriem tiek iegūta informācija par sporta klubiem;
5. Noskaidrot potenciālo klientu maksātspēju;
6. Iegūt pamatinformāciju par potenciālo klientu – vecums, dzimums utt.

#### **Mārketinga pētījuma rezultātu analīze**

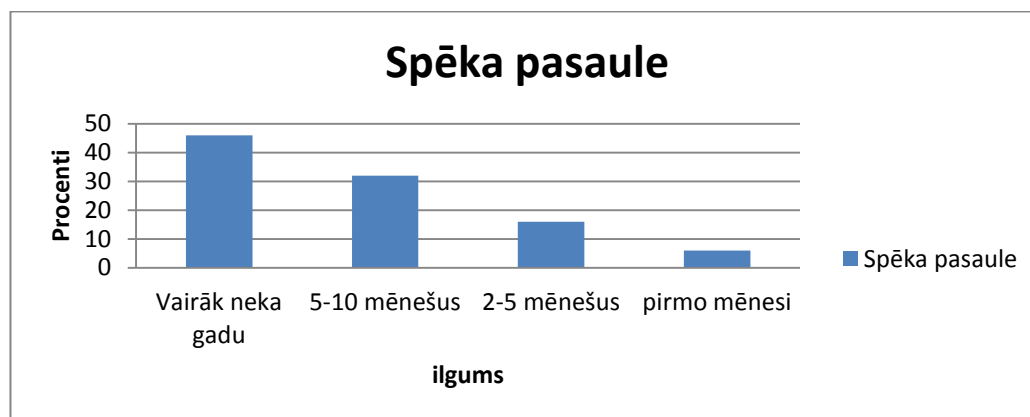
Salīdzinot sporta klubu vispārējo informāciju darba autore apkopoja rezultātus, kurus skatīt 5.3.tabulā.

Vispārējās informācijas apkopošanā<sup>30</sup>

Sporta klubs „Spēka Pasaule”	Sporta un atpūtas centrs “Silvesters”
Atrodas netālu centrā	Atrodas netālu no centra
Piedāvā dažādas sporta nodarbības, aerobikas nodarbības.	Piedāvā ļoti plašu nodarbību klāstu – trenāžieru zāle, aerobikas zāle, kalanētikas nodarbības,saunu un masāžu.
Strādā neliels darba kolektīvs –8 darbinieki	Strādā liels darba kolektīvs –24 cilvēki.
Nepiedāvā masāžu	Piedāvā plaša veida masāžas un arī bērniem
-----	Sauna

Izmantojot aptaujas anketu tika noskaidrots.

**Sporta kluba apmeklējuma ilgums.** Apkopojot rezultātus, tika iegūta informācija, kura ir parādīta 5.1. zīmējumā.



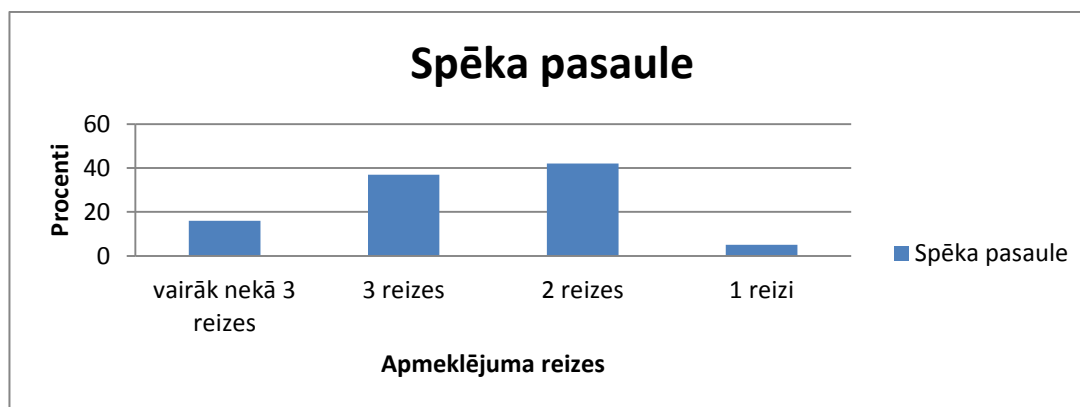
5.1.att. Sporta kluba apmeklējuma ilgums.<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Autores izveidota tabula

<sup>31</sup> Autores izveidots attēls

Iegūtie rezultāti liecina, ka lielākā daļa respondentu sporta klubu apmeklē vairāk nekā gadu. No tā var secināt, ka lielākā daļa no aptaujas iegūtās informācijas atspoguļo to respondentu viedokli, kuriem jau ir diezgan liela pieredze sporta klubu apmeklējumos. Visai liels procents ir arī kluba „Silvesters” respondentu, kuri klubu apmeklē pavisam neilgu laiku. Pēc darba autores domām, tas varētu būt saistīts ar to, ka tuvojas vasara un ļoti daudzām sievietēm ir vajadzība vai vēlme atgūt fizisko formu, kā arī labi justies.

**Apmeklējuma reizes nedēļā.** Darba autore noskaidroja, cik bieži respondentiem ir iespējams apmeklēt sporta klubu. Rezultāti ir attēloti zīmējumā 5.2.

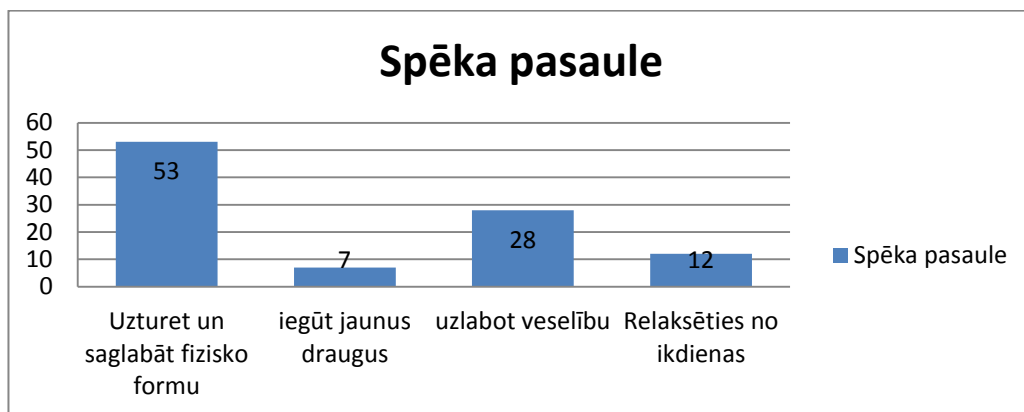


**5.2.att. Sporta klubu klienta apmeklējuma reizes nedēļā.**<sup>32</sup>

Apkopojot rezultātus, var redzēt, ka vislielākais īpatsvars ir to respondentu, kuri klubus apmeklē 2 reizes nedēļā. Pēc darba autores domām galvenokārt tas varētu būt saistīts ar piedāvāto abonementu sistēmu. Tā paredz abonementu iegādi, kas iekļauj 8 apmeklējuma reizes, un abonementa derīguma termiņš ir viens mēnesis.

**Klienta mērķis apmeklējot sporta klubu.** Darba autore noskaidroja kādas vajadzības klients apmierina apmeklējot sporta klubu. Rezultāti ir parādīti 5.3. zīmējumā

<sup>32</sup> Autores izveidots attēls



5.3.att. Klienta mērķis apmeklējot sporta klubus.<sup>33</sup>

Darba autore secina, ka klientiem, kā visbiežāk minētais mērķis ir fiziskās formas saglabāšana un uzturēšana, kā arī veselības saglabāšana. Samērā maz respondentu kluba apmeklējumu uzskata par relaksāciju un iespēju iegūt jaunus draugus.

**Sporta kluba izvēli noteicošie kritēriji.** Šajā jautājumā respondentam bija jāsadrupē piedāvātie kritēriji svarīguma ziņā. Iegūtās atbildes tika sarakstītas svarīguma ziņā un galarezultātā noskaidrojās, ka klientam izvēloties sporta klubu svarīgi ir:

**Sporta klubs “Silvesters”**

1. Pakalpojuma cena;
2. Sporta kluba atrašanās vieta;
3. Darbinieku meistarība;
4. Sporta kluba tehniskais aprīkojums;
5. Darbinieku laipnība, apkalpošana;
6. Sporta kluba noformējums;

**Sporta un atpūtas centrs “Speka Pasaule”**

1. Pakalpojuma cena;
2. Darbinieku meistarība;
3. Sporta kluba atrašanās vieta;
4. Sporta kluba tehniskais aprīkojums;
5. Darbinieku laipnība, apkalpošana;

<sup>33</sup> Autore izveidots attēls

6. Sorta kluba noformējums;
7. Papildus piedāvātie pakalpojumi.

Pēc klientu sniegtajām atbildēm darba autore secina, ka svarīgākais kritērijs visbiežāk tika minēts pakalpojuma cena. No tā izriet, ka sporta klubu izvēlē, cena ir kā noteicošais kritērijs un klientam ir jāvadās no piedāvāto pakalpojumu cenām, nevis no darbinieku meistarības un kluba tehniskā aprīkojuma. Sporta kluba “Silvesters” atrašanās vietu, kā otro svarīgāko kritēriju, varētu izskaidrot ar to, ka sporta klubs atrodas netālu no pilsētas centrā, līdz ar to izdevīgā un pieejamā vietā lielākai daļai klientu. Taču sporta un atpūtas centra “Spēka Pasaule” klienti kā otro svarīgāko nosauca darbinieku meistarību, nevis kluba atrašanās vietu. No tā var secināt, ka kluba klientiem vispirms ir svarīga, cena, meistarība un tikai tad kluba atrašanās vieta. Tā kā klubs neatrodas pašā centrā, tad tam ir svarīgi kā priekšrocību izvirzīt tieši meistarību, lai klienti justu nepieciešamību doties uz klubu, kas iespējams neatrodas viņam izdevīgā vietā. Intervijā darba autore noskaidroja, kāpēc papildus piedāvātie pakalpojumi ir vismazsvarīgākie. Ja būtu klubs, kas piedāvātu ne tikai aerobikas, treniņu zāles, bet arī vairāku veidu pirtis, vairāku veidu masāžas un relaksācijas procedūras u. tml, tad svarīgi būtu arī šie pārējie papildus piedāvājumi.

**Papildus minētie kritēriji.** Lai rastu atbildi uz šo jautājumu, darba autore izrakstīja visas klientu sniegtās atbildes un atlasīja vārdus/teicienus, kas atkārtojās. Iegūtās atbildes tika sagrupētas kategorijās un saaranžētas svarīguma ziņā. Pēc šo darbu veikšanas tika iegūti sekojoši papildus kritēriji sporta klubu izvēlē:

#### **Sporta klubs “Silvesters”**

1. Darbinieku attieksme pret klientu;
2. Labvēlīga kopējā kluba atmosfēra;
3. Pieejamie pakalpojumi klientam izdevīgā laikā;
4. Plašs piedāvāto nodarbību klāsts;
5. Nepārpildītas zāles, dušas telpas un garderobes.

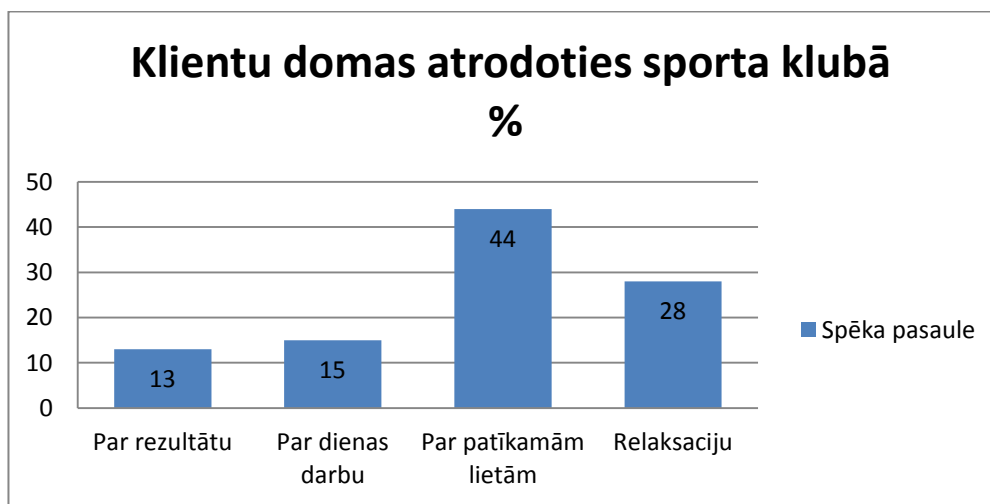
#### **Sporta un atpūtas centrs “Spēka pasaule”**

1. Plašs piedāvāto nodarbību klāsts;
2. Nepārpildītas zāles, dušas telpas un garderobes;
3. Izdevīgi pieejamie pakalpojumi klientam izdevīgajā laikā;
4. Labvēlīga darbinieku attieksme pret klientu;

## 5. Draudzīga kopējā kluba atmosfēra

No iegūtajiem rezultātiem darba autore secina, ka papildus iepriekšējā jautājumā minētajiem kritērijiem sporta kluba “Silvesters” un sporta un atpūtas centra “Spēka Pasaule” klientiem ir atšķirīgi kritēriji. Lielākā daļa centra “Spēka Pasaule” klienti kā papildus kritērijus visbiežāk nosauca plašu piedāvāto nodarbību klāstu, lai būtu lielākas izvēles iespējas. Arī divi nākamie faktori vairāk ir saistīti ar kluba darbības organizēšanu. Taču retāk tika nosaukti tādi kritēriji kā labvēlīga attieksme un draudzīga atmosfēra, lai gan sporta kluba „Silvesters” apmeklētāji biežāk nosauca tieši šos pēdējos kritērijus. Tas varētu būt izskaidrojams ar klubu lielumu atšķirību. Tā kā klubs „Silvesters” ir mazāks, tad to apmeklētāji vairāk sagaida individuālāku attieksmi pret sevi, nekā tas ir iespējams lielos klubos.

**Klientu domas atrodies sporta klubā.** Ar šī jautājuma palīdzību darba autore noskaidroja, vai klienti raizējas par sniegtā pakalpojuma rezultātu, vai arī ļaujas atpūtai. Rezultāti ir attēloti 5.4. zīmējumā.



**5.4.att. Klientu domas atrodies sporta klubā.**<sup>34</sup>

No atbildēm izriet, ka klubu klienti galvenokārt domā par lietām, kas nav saistītas ar raizēm par pakalpojumu rezultātu. Lielākā daļa klientu domā par relaksāciju un patīkamām lietām un tas varētu būt izskaidrojams ar to, ka klienti uzticas un ir pārliecināti par darbinieku meistarību.

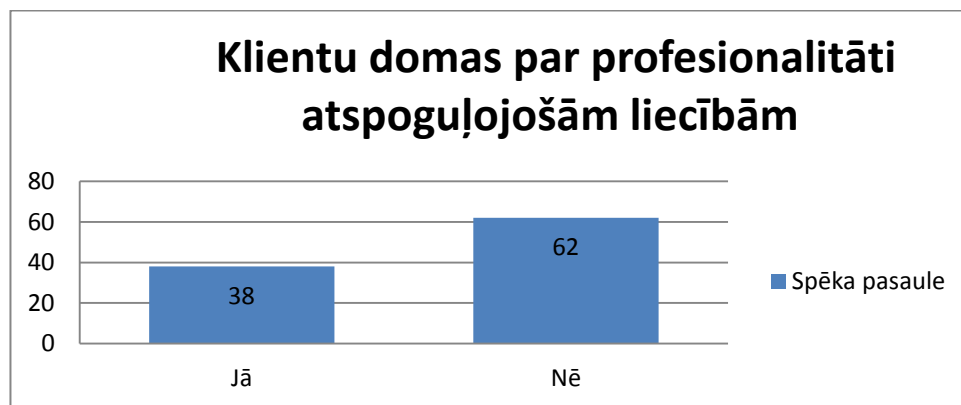
<sup>34</sup> Autore izveidots attēls

**Sporta kluba sākotnējais novērtējums.** Šajā jautājumā darba autore noskaidroja, kas klientam ir svarīgākais jau ienākot sporta klubā, kam vispirms tiek pievērsta uzmanība. Iegūtās atbildes tika saaranžētas svarīguma ziņā un galarezultātā tika iegūta informācija, ka ienākot klubā vispirms tika novērtēts:

1. Pakalpojumu sniegšanas vietas tīrība un kārtība;
2. Darbinieku izskats un izturēšanās;
3. Aprīkojums, kurš tiek izmantots;
4. Esošie klienti.

Abu klubu apmeklētāju domas svarīguma ziņā ir vienādas. Pēc rezultātiem var redzēt, ka pirmie divi svarīgākie kritēriji ir saistīti ar pakalpojuma vietu un tās darbiniekiem un tikai pēc tam uzmanība tiek pievērsta aprīkojumam un citiem klientiem. Šajā gadījumā sporta klubiem vajadzētu pievērst lielu uzmanību tieši šiem pirmajiem kritērijiem, lai atstātu uz klientu labu iespaidu par klubu un tā darbiniekiem. Šajā gadījumā liela nozīme ir tieši iekšējam mārketingam, kurš ir vērsts uz pakalpojuma uzņēmuma iekšējo darbību.

**Klientu domas par profesionalitāti atspoguļojošām liecībām.** Ar šā jautājuma palīdzību darba autore noskaidroja, cik svarīgi klubu klientiem ir redzēt dažādas profesionalitāti atspoguļojošas liecības – diplomus, sertifikātus. Rezultāti ir parādīti 5.5. zīmējumā.



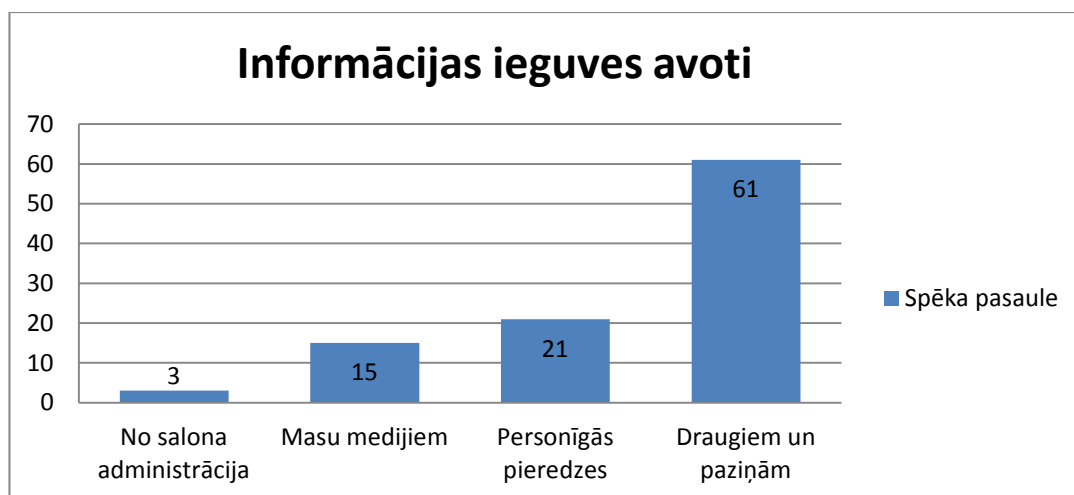
5.5.att.Klientu domas par profesionalitāti atspoguļojošām liecībām.<sup>35</sup>

No atbildēm darba autore secina, ka lielākā daļa respondentu uzskata, ka sporta centra „Spēka Pasaule” darbinieki ir profesionāļi, ja redz viņu profesionalitāti atspoguļojošas liecības, jo

<sup>35</sup> Autores izveidots attēls

uz šo jautājumu lielākā daļa ir atbildējuši apstiprinoši. Tas varētu būt izskaidrojams ar katra sporta kluba specifiku, kas tiek akcentēta. Centrs “Spēka Pasaule” akcentē savu darbinieku izglītību, sertifikātus un darba pieredzi, jo klientiem ir pieejama šāda veida informācija gan klubā, gan arī izveidotajā mājas lapā internetā.

**Informācijas avoti**, no kuriem tiek iegūta informācija par to, kādi un cik kvalitatīvi pakalpojumi ir pieejami klubā. Šajā jautājumā darba autore noskaidroja, cik liela ietekme ir dažādiem informācijas avotiem un kur klienti visbiežāk iegūst informāciju par konkrēto pakalpojumu. Rezultāti ir apkopoti 5.6. zīmējumā.



5.6.att. Informācijas ieguves avoti.<sup>36</sup>

Rezultāti liecina, ka informācijas iegūšanā par pakalpojumu vislielākā nozīme referentās grupas ietekmei un tikai tad seko personīgā pieredze. Masu medijiem un salona administratorei ir visai mazs procentuālais rādītājs. Rezultāti arī parāda, kuram informācijas ieguves avotam klienti uzticas vairāk. Šajā gadījumā tie ir galvenokārt draugi un paziņas. Darba autore to izskaidro arī ar to, ka nevar zināt, piemēram cik daudzi ir dzirdējuši reklāmas un ja arī ir dzirdējuši, tad īsto atmosfēru klubā nevar zināt, tādēļ tiek uzklauti paziņas un ja dzirdētais apmierina, tad tiek apmeklēts šis klubs. Un arī tas, ka vairākums klientu pirmajā reizē nevēlas vieni apmeklēt klubu, bet gan kopā ar kādu paziņu vai draugu. Kāpēc vismazāk ir no kluba administratoriem, uz šo jautājumu atbildi radīja darba autore pavaicājot klientiem un no intervijas darba autore secināja,

<sup>36</sup> Autore izveidots attēls

ka daudzi uzskata, ka administratores darbs ir cildināt un slavēt kluba darbību, pat tad, ja tā nav, jo tas ir viņas pienākums.

**Kritēriji, ar kuru palīdzību tiek novērtēts, cik kvalitatīvs ir pakalpojums.** Šis ir viens no būtiskākajiem anketas jautājumiem. Darba autore noskaidroja, kuri ir tie kritēriji, kuri parāda, ka sporta kluba sniegtais pakalpojums klienta uztverē ir kvalitatīvs. Respondentiem bija jāatzīmē trīs svarīgākie kritēriji. Iegūtās atbildes tika saaranžētas svarīguma ziņā un galarezultātā noskaidrojās, ka klienti sporta kluba kvalitāti novērtē pēc sekojošiem kritērijiem:

#### **„Silvesters”**

1. Darbinieku meistarība, profesionalitāte;
2. Laba pašsajūta;
3. Cenas atbilstība pakalpojumam;
4. Apkalpošanas kultūra;
5. Efektivitāte ilgākā laika posmā;
6. Ārējais izskats (sporta kluba un tā darbinieku);
7. Lai sniegtais pakalpojums neizraisa organisma pretreakciju;
8. Draugu komplimenti.

#### **Centrs „Spēka Pasaule”**

1. Darbinieku meistarība, profesionalitāte;
2. Cenas atbilstība pakalpojumam;
3. Laba pašsajūta;
4. Apkalpošanas kultūra;
5. Efektivitāte ilgākā laika posmā;
6. Ārējais izskats (sporta klubu un tā darbinieku);
7. Lai sniegtais pakalpojums neizraisa organisma pretreakciju;
8. Draugu komplimenti.

Ņemot vērā iegūtos rezultātus, darba autore ir nonākusi pie secinājuma, ka sporta kluba darbinieku meistarība un profesionalitāte ir tas kritērijs, kas nosaka, veido pircēja uztveri par pakalpojuma kvalitāti. Tādejādi šim kritērijam ir jāpievērš vislielākā uzmanība. Starp abiem klubiem atšķiras tikai tas, ka centrs „Spēka Pasaule” otrais svarīgais kritērijs ir cenas atbilstība

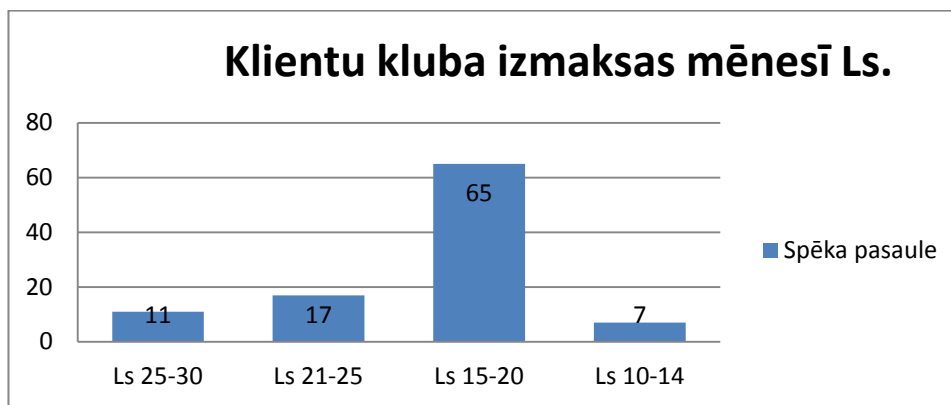
pakalpojumam, nevis laba pašsajūta. Tas varētu būt izskaidrojams ar to, ka centrs “Spēka Pasaule” otrais svarīgais kritērijs ir cenas atbilstība pakalpojumam, nevis laba pašsajūta. Tas varētu būt izskaidrojams ar to, ka centrs “Spēka pasaule” piedāvātajiem pakalpojumiem ir augstāks cenu līmenis un tādejādi kluba klienti pēc pakalpojuma cenas vērtē pakalpojuma kvalitāti. Turpretī visi pārējie kritēriji svarīguma ziņā ierindojās vienādi abiem klubiem. No iegūtajiem rezultātiem darba autore secina, ka patērētājs sporta kluba kvalitātes vērtējumā vairāk paļaujas uz savu viedokli un sajūtām, nevis atkarībā no draugu vērtējuma, lai gan informācijas ieguvē par sporta klubiem draugi un paziņas bija dominējošie.

**Laba sporta kluba raksturojums.** Ar šī jautājuma palīdzību autors vēlējās noskaidrot, kā klients raksturotu labu sporta klubu. Daudzi respondenti šajā jautājumā atkārtoja jau iepriekš minēto kritēriju svarīgumu, taču papildus tika iegūta arī šādi laba sporta kluba raksturojums:

- Uz kuru atnākot aizmirstas dienas problēmas;
- Lai papildus sporta nodarbībām būtu arī relaksācijas iespējas;
- Lai klubs būtu profesionāls un ar savu stilu;
- Lai klubā klients justos īpaši;
- Lai būtu atsaucīgi, laipni darbinieki un enerģiski treneri;
- Lai būtu aktivitāšu daudzveidība;
- Lai būtu neformāla, pozitīva atmosfēra;
- Lai klubs būtu gaišs un tīrs;
- Tāds, kurā pēc pirmā apmeklējuma gribās atgriezties otro, trešo un ceturto reizi;
- Lai būtu kvalitāte par attiecīgu cenu.

No šiem papildus minētajiem kritērijiem var secināt, ka klientam labs sporta klubs nozīmē ne tikai kvalitatīvu pakalpojumu sniegšanu, bet gan būtiska ir klubā valdošā atmosfēra, kas lielā mērā ir tieši atkarīga no kluba darbiniekiem. Tādejādi šim faktoram klubu darbībā būtu jāpievērš liela uzmanība.

**Nauda, ko klients tērē sporta kluba apmeklējumam.** Šajā jautājumā darba autore noskaidroja, cik daudz naudas mēnesī vidēji klients tērē, lai apmeklētu nodarbības. Rezultāti ir parādīti 5.7. zīmējumā.



**5.7.att. Klientu kluba izmaksas mēnesī.<sup>37</sup>**

Tā kā respondentiem ne pārāk patīk jautājumi, kas saistīti ar naudas ieņēmumiem un izdevumiem, šo jautājumu anketā darba autore ievietoja pašās beigās. Kā rāda rezultāti lielākā daļa respondentu mēnesī iztērē Ls 15-20. Savukārt otrā summa Ls 21-25 tērē sporta kluba “Spēka pasaule” apmeklētāji.

Pēc veiktas aptaujas, var secināt to, ka klienti sporta klubā ir patstāvīgi, nevis tie kas atnāk vienu reizi un pazūd. Ka arī var redzēt ka sporta kluba apmeklējums ir sistemātisks un klienti apmeklē sporta klubu 2-3 reizes nedēļā, tas ir laikam tāpēc ka cilvēki ir nopietni noskaņoti uzturēt sevi un saglabāt labā fiziskā formā. Pēc aptaujas rezultātiem redzams ka cilvēki sporta klubā domā par patīkamām lietām, tas nozīmē ka cilvēki nāk uz sporta nodarbībām ne tikai lai uzlabotu fizisko formu, bet arī atslabinātos un atslegties no ikdienas pienākumiem un stresa. Lielākai informācijas avots aptaujāto starpā ir draugi un paziņas. Apmeklējot sporta klubu, klientus maz rūp darbinieku kvalifikācijas atspoguļošana (sertifikātu atspoguļošana). Aptauja arī parādīja, ka klienti pelna pietiekošu, lai vēltītu noteiktu naudas summas sporta nodarbībām. Tas liecina par to, ka sporta klubi un to piedāvātie pakalpojumi Alūksnē ir pieprasīti, līdz ar to SIA “Silvesters” darbība būs veiksmīga.

#### 5.4. Uzņēmuma konkurentspējas analīze

Novērtējot pašreizējo stāvokli, nedrīkst ignorēt konkurentus, jo pircēji parasti iegādājas tās preces un pakalpojumus, kuru kvalitāte un cena visvairāk atbilst viņu vēlmēm. Lai uzņēmums

<sup>37</sup> Autores izveidots attēls

spētu noturēties konkurences cīņā, tam jāzina: kas ir uzņēmuma tiešie un arī netiešie konkurenti, kā konkurenti darbojas tirgū, kādas ir konkurentu priekšrocības un trūkumi.

## Cenas

Cenu noterikšanas zelta likums:nosakiet cenu, ko tirgus var „panest”. Vieglāk pateikt, nekā izdarīt, tomēr šim jābūt jūsu galvenajam kritērijam. Ražošanas izmaksas šeit ir gandrīz nebūtiskas, galvenais, cik pircējs ir gatavs maksāt. Lūk, tas ir svarīgi.<sup>38</sup>

Tā kā SIA „Silvesters” būs vienīgais sporta klubs Alūksnē, kas sniegs šāda veida pakalpojumus, to cenas tika noteiktas, vadoties pēc citu Latvijā darbojošos sporta klubu cenām. Tās ir daudz zemākas un piemērotas Alūksnes pilsētas dzīves līmenim. (skat.5.4.tab.)

5.4. tabula

SIA „Silvesters” pakalpojumu cenrādis<sup>39</sup>

Pakalpojuma veids	Parastais Apmeklējums (Ls)	Mēneša abonements	Atlaides studentiem un skolniekiem (Ls)
Trenažieru zāle	1,15	13,20Ls/3 x nedēļā	1,10
Aerobikas nodarbības	1,05	12,00Ls/3 x nedēļā	1,00

## Kvalitāte

Kvalitāte ir diezgan sarežģīts termins un to ir grūti nodefinēt dažos vārdos. To var definēt kā atbilstību standartiem. Tas nozīmē, ka uzņēmumiem jānosaka prasības un instrukcijas. Tādejādi uzņēmuma dažādo funkciju kvalitātes mērķiem ir strikti jāatbilst instrukcijām. Vispirms tai ir jābūt balstītai uz patērētāju vajadzību apmierināšanu. Svarīgi uzņēmumam ir censties pārspēt patērētāju pakalpojuma kvalitātes gaidas. Tas nozīmē ieviest darbībā inovatīvo procesu, tādejādi sniedzot patērētājam augstas kvalitātes pakalpojumu un tajā pašā laikā arī apsteidzot konkurentus.

Kotler apgalvo, ka lai sasniegtu kvalitātes mērķus, pakalpojuma sniedzējam jānosaka mērķa patērētāju gaidas sakarā ar pakalpojuma kvalitātes uzlabošanu.

<sup>38</sup> D. Paterns „Kā veidot mārketingu”, Rīga, Sia Lietišķais informācijas dienests, 2009, 311pp.

<sup>39</sup> Autores izveidota tabula

“Tīrs” pakalpojums ietver sevī noteiktas īpašības, kuras atšķir to no precēm un ietver savādāku veidu kā produkts tiek piedāvāts tirgū. Šīs īpašības ir – netaustāmība, neatdalāmība, mainīgums, nesaglabājamība, kā arī iespēja iegādāties īpašumā. Darba autore aprakstot pakalpojumu īpašības par pamatu izvēlējās Kotler un Palmer piedāvātos pakalpojumu īpašību aprakstus.

1. **Netaustāmība** – atšķirībā no taustāmajiem produktiem, pakalpojumus nevar sajukt, ieraudzīt, pamēģināt vai arī izjust to smaržu līdz brīdim, kamēr pakalpojums nav iegādāts. Piemēram, persona pirms sporta kluba apmeklējuma nevar ieraudzīt rezultātu, kāds būs pēc sporta kluba apmeklējuma.

2. **Neatdalāmība** – fiziskās preces tiek saražotas, tad uzglabātas, pēc tam pārdotas un tad patērētas. Turpretī pakalpojumi vispirms tiek pārdoti, tad radīti un tajā pašā laikā un vietā patērēti. Pakalpojuma neatdalāmība nozīmē, ka pakalpojums nevar tikt atdalīts no tā sniedzēja, vienalga vai sniedzēji ir cilvēki vai iekārtas. Piemēram, sporta kluba treneris, kurš vada nodarbību, sniedz pakalpojumu, taču pakalpojuma sniegšana nevar notikt bez patērētāju klātbūtnes, šajā gadījumā, bez sporta kluba klientu klātbūtnes.

3. **Nepastāvīgums** – tas nozīmē, ka pakalpojuma kvalitāte ir atkarīga no tā, kas pakalpojumu sniedz, kā arī no tā, kad, kur un kā pakalpojums tiek sniegts. Tas ietekmē patērētāju ne tikai caur pakalpojumu galarezultātu, bet arī caur pašu pakalpojuma sniegšanas procesu. Piemēram, dažiem sporta klubiem ir labāka reputācija sniedzot labāku servisu nekā citiem. Vienā no sporta klubiem viens administrācijas darbinieks ir smaidīgs, laipns un efektīvi strādā, bet otrs, kurš atrodas tikai dažus metrus tālāk ir nelaipts un lēns. Pat viena darbinieka kvalitāte atšķiras atkarībā no viņa enerģijas un prāta stāvokļa ikvienā saskarē ar patērētāju.

4. **Nesaglabājamība** – tā nozīmē, ka pakalpojumu nav iespējams uzglabāt vēlākai pārdošanai vai lietošanai. Pakalpojuma nesaglabājamība nav problēma, ja pieprasījums ir pastāvīgs. Kad pieprasījums ir svārstīgs, pakalpojuma uzņēmumiem bieži ir problēmas. Piemēram, sporta klubiem ir jāpieder daudz lielākam aprīkojumam, tāpēc, ka pastāv pieplūdumu stundu pieprasījums. Piemēram, daudzi sporta klubi piedāvā lētākus abonementus apmeklējot klubus rīta stundās, kad lielākajai daļai cilvēku ir darba laiks. Bet parasti dārgāki abonementi ir apmeklējumiem vakaros, kad lielākai daļai klientu ir izdevīgāk apmeklēt sporta klubu.

5. **Nespēja iegādāties īpašumā** – tā ir saistīta ar pakalpojuma netaustāmību un nesaglabājamību. Kad tiek iegādātas preces, tās pāriet patērētāja īpašumā un patērētājam ir personiska pieeja produktam neierobežotu laiku. Taču, kad tiek sniegts pakalpojums, nekādas

īpašuma tiesības netiek nodotas no pakalpojuma sniedzēja pakalpojuma saņēmējam. Patērētājs var tikai iegādāties tiesības uz pakalpojuma procesu, piemēram, sporta klubu sniegto pakalpojumu izmantošanu.

### **Atrašanas vieta**

Sabiedrības atrašanās vieta ir Torņa iela 11, Aluksne, Latvija Lielākā daļa iedzīvotāju ikdienas apgrozās Aluksnes centrālajā sektorā un darba vietas atrodas tieši centrā. Aluksnieši pārsvarā strādā mazajos uzņēmumos un apkalpojošā sfērā. Līdz ar to Sabiedrība paredz stabilu pieprasījumu pēc pakalpojumiem, kuri potenciālajiem klientiem būs kā fiziski, tā arī morāli viegli pieejami, jo atrodas pašā centrā.

Sabiedrība ir orientēta uz dažāda vecuma, dzimuma un fiziskās sagatavotības klientiem, jo nodarboties ar sportu var un vajag jebkurā vecumā un nekad arī nav par vēlu sākt to darīt. Neskatoties uz to, vispārēji masu mediju pētījumi un praktiski novērojumi liecina, ka visbiežāk šādus un līdzīgus pakalpojumus izmanto 25 – 35 gadus jaunas sievietes un 20 – 40 gadus jauni vīrieši, kuriem intreresē sava veselība, izskats un fiziskā sagatavotība līdz ar to Sabiedrības piedāvāto pakalpojumu pakete tiks orientēta tieši uz šāda vecuma klientiem. Protams, tā būs tikpat pieņemama arī vecāka gadagājuma klientiem.

### **Apkalpošana**

Sabiedrības pakalpojumus izmantos klienti neatkarīgi no to tautības, reliģiskās pārliecības, izglītības un zināšanu līmeņa, jo pakalpojumi vairāk orientēti uz fiziskas labsajūtas sniegšanu, kura nenoliedzami stimulē arī psiholoģisku komfortu. Tiek plānots intensīvāks pieprasījums pēc pakalpojumiem gada aukstajos mēnešos, jo gada siltajos mēnešos cilvēka organisms uzņem daudz vairāk pozitīvas un lietderīgas enerģijas atrodoties ārpus telpām svaigā gaisā, kas gada aukstajos mēnešos ne vienmēr ir tik patīkams.

Sabiedrības piedāvāto pakalpojumu cenas ir orientētas uz Alūksnes iedzīvotāju ienākumu līmeni, bet tie būs pa kabatai arī iedzīvotājiem ar zemāku ienākumu līmeni. Sabiedrība paredz dažādus finansiālos atvieglojumus tādām apmeklētāju grupām kā skolēni, studenti un invalīdi nosakot tiem zemākas cenas par piedāvātajiem pakalpojumiem, tāpat arī pakalpojumi ir lētāki pastāvīgajiem klientiem. Sabiedrības pakalpojumus izmantos visu sociālo slāņu iedzīvotāji.

## SVID analīze

SVID analīze jāveic katram uzņēmumam, lai noskaidrotu tā stiprās un vājās puses, iespējas un iespējamus draudus.<sup>40</sup> Stiprās un vājās puses attiecas uz uzņēmumu un tā produkciju, savukārt par iespējām un apdraudējumiem parasti tiek pieņemti ārējie faktori, pār kuriem jūsu uzņēmumam nav kontroles. SVID analīze ietver jūsu stipro un vājo pušu apzināšanu un analīzi, kā arī apdraudējumu un iespēju noteikšanu jūsu uzņēmējdarbībai tirgū.<sup>41</sup> Sabiedrības priekšrocības, trūkumi, iespējas un draudi atspoguļoti 5.5. tabulā.

5.5.tabula

### SVID analīze sporta klubam “Silvesters”<sup>42</sup>

<b>Priekšrocības</b>	izdevīga atrašanās vieta Alūksnē, klientiem pieejama; augstas kvalitātes, jaunas tehnoloģijas; augsta pakalpojumu un konsultāciju kvalitāte; pieņemamas cenas, izdevīgi maksas nosacījumi un atlaides; komfortablas telpas, pozitīva aura un plašas relaksācijas iespējas; pilsētas iedzīvotāju interese par sportu.
<b>Trūkumi</b>	nav pieredzes šāda veida pakalpojumu sniegšanā; spēcīgi konkurenti; augstas komunālās izmaksas; iedzīvotāju zemā maksātspēja.
<b>Iespējas</b>	tirgus apgūšana un darbības paplašināšana; pieredzes gūšana un realizēšana praksē; sporta pasākumu organizēšana un popularizēšana; Sabiedrības pozitīva tēla veidošana; Sabiedrības aktivitāšu un pakalpojumu reklamēšana; sporta mārketinga attīstība, sadarbība ar medijiem; sporta darbinieku un sporta klubu vadītāju izglītošana.
<b>Draudi</b>	konkurences intensivitātes pieaugums; izmaiņas likumdošanā; pēkšņi pamat/apgrozāmo līdzekļu zaudējumi (zādzības utt.); sporta darbinieku aizplūšana; jaunatnes intereses mazināšanās par sportu.

<sup>40</sup> Pols Barovs „Biznesa plāni: kā tos uzrakstīt un īstenot” ,Rīga 2008; 138 – 139 lpp.

Iespēju novērtēšana – SWID.

<sup>41</sup> D. Vestvuds” Kā rakstīt mārketinga plānu”, Rīga, Zvaigzne ABC, 2008, 33lpp.

<sup>42</sup> Autores izveidota tabula

## 5.5. Uzņēmuma mārketinga stratēģijas raksturojums

Mārketinga stratēģijas ir līdzeklis, ar kuriem iespējams sasniegt mārketinga mērķu. Ir svarīgi saprast, kas ir stratēģija un ar ko tā atšķiras no taktikas. Stratēģijas ir plašas metodes, kādas izvēlētas konkrētu mērķu sasniegšanai. Tās apraksta līdzekļus, kā sasniegt mērķus vajadzīgajā laika periodā. Tās neietver detaļas par atsevišķām darbībām, kādas jāveic ikdienā, - tā ir taktika.<sup>43</sup>

Lai patērētāji saņemtu informāciju par jauno uzņēmumu, kas veicinātu pakalpojuma pieprasījumu, kā informējošais līdzeklis tiks izmantota reklāma. No tā cik veiksmīga un piesaistoša būs pakalpojumu reklāma atkarīga arī publikas atsaucība un, ja reklāma būs neveiksmīga, atsaucība var būt arī negatīva un uzņēmums no paša sakuma aizņems neizdevīgu pozīciju salīdzinot ar konkurentiem. Reklāmai jābūt pārdomātai un efektīvai, jo tā ne tikai piesaista klientus, bet arī zināmā mērā veido uzņēmuma tēlu, kas nākotnē darbosies uz uzņēmumu, piesaistot jaunus klientus.

Lai piesaistītu pēc iespējas vairāk klientus un iepazīstinātu publiku ar piedāvājumiem pakalpojumiem uzņēmums „Silvesters” izmantos vairākus reklāmas veidus:

- Bukletu un plakātu izplatīšana pilsētas centrā un tuvākajos rajonos;
- Būs jāizgatavo plakāti, kurus iespējams pielikt autobusu pieturās, pie informācijas stendiem.
- Mājas lapas izveidošana internetā;
- Vizītkaršu iesniegšana klientiem;
- Reklāma avīzē;
- Reklāma būs izvietota Latvijas laikrakstā „Malienas ziņas”, kas iznāk reizi nedēļā.
- Bannera uzlikšana dažādu uzņēmumu mājas lapās.

Apkopojot rezultātus, darba autore ir nonākusi pie secinājuma, ka pakalpojuma kvalitāti pircēja uztverē ietekmējošie faktori abos klubos ir līdzīgi. Tas ir izskaidrojams ar to, ka sporta kluba piedāvātie pakalpojumi un mērķis apmeklējot sporta klubu ir diezgan līdzīgs. Lielākajai daļai respondentu mērķis ir saglabāt un uzturēt fizisko formu, tas arī izskaidrojams ar to, ka svarīgākais

---

<sup>43</sup>D. Vestvuds” Kā rakstīt mārketingu”, Rīga, Zvaigzne ABC, 2006, 49lpp.

kritērijs pakalpojumu kvalitātes novērtēšanā ir darbinieku meistarība un profesionalitāte, un cena. Darba autore ir nonākusi pie secinājuma, ka lielākai daļai klientu nav iespējams izvēlēties klubu balstoties galvenokārt uz meistarību, bet ir jāvadās no pakalpojuma cenas. Proti, klienti vairāk pievēršas tam, cik viņu acīs ir pieejams pakalpojums, nevis cik kvalitatīvs. Šī faktora svarīgums ir saistīts ar kopējo ekonomisko situāciju Latvijā. Lai gan pēc ekonomiskajiem rādītājiem pēdējo gadu laikā Latvijā iedzīvotāju rīcībā esošais ienākums ir pieaudzis, šis pieaugums nav bijis viendabīgs un rīcībā esošais ienākums galvenokārt palielinājies pilsētās.

Pilnveidojoties tehnoloģijām, fizisku darbu aizstāj arī mazkustīgs dzīvesveids, kas savukārt rada veselības problēmas, tādejādi situāciju, ka veidojas jauni klubi var uzskatīt par likumsakarīgu tendenci. Tā kā sporta klubu piedāvātie pakalpojumi ir līdzīgi, tad, lai cīnītos ar konkurenci, sporta klubiem, lai noturētu un piesaistītu jaunus klientus, ir svarīgi attīstīt diferencētu piedāvājumu un piešķirt papildus vērtību pakalpojumam. Klubos ieteicams veikt arī dažādus veicināšanas pasākumus, lai popularizētu kādu no piedāvātajiem pakalpojumiem. Tā kā sporta klubu izvēlē dominējošais kritērijs ir cena, uzņēmumam ir jāveic dažādas cenu stratēģijas, tomēr jāņem vērā to, ka tās tiek ātri pārspētas no konkurentu puses. Ar cenu stratēģijām jāīstojas apdomāti, lai tās neradītu nelīdzsvarotu pieprasījumu. Cenas arī nerada spēcīgu pakalpojumu diferencēšanos ilgākam laika posmam. Šajā sakarā, lai palielinātu pieprasījumu, klubi var piedāvāt dažādus speciālos abonementus vasaras periodam. Kā viens no pakalpojuma mārketinga uzdevumiem ir radīt patērētājos motivāciju iegādāties pakalpojumu. Šajā sakarā, veicot reklāmas kampaņas, ir jāuzsver, ka nodarbošanās ar sportu ir pirmās nepieciešamības prece. Akcents jāliek uz to, ka sports ir tas, kas nosaka dzīves kvalitāti, tas, bez kā nevar pilnvērtīgi dzīvot. Svarīgi ir uzsvērt nepieciešamību pēc šāda veida pakalpojumiem, lai patērētāji būtu arvien vairāk motivēti un izjustu vajadzību pēc sporta kluba apmeklējuma. Visi iepriekš minētie faktori ir ļoti būtiski, lai dibinātu jaunu, kvalitatīvu sporta klubu, kur apmeklētāji ierastos ne tikai pirmo un vienīgo reizi, bet gan arī nāktu vēl un vēl. No iegūtās informācijas, kas iegūta no anketām, darba autore var veiksmīgi izplānot laba sporta kluba dibināšanu un kas ir nepieciešams, lai šim sporta klubam klientu netrūktu.

## 6. PROJEKTA ĪSTENOŠANAS PLĀNS

SIA "Silvesters" tiek dibināta, lai sniegtu fizisko aktivitāšu pieejamības iespējas cilvēkiem dzīves un darba vietas tuvumā, popularizētu aktīvu atpūtu un veselīgu dzīvesveidu viņu vidū, kā arī iesaistītu regulārās sporta nodarbībās.

SIA "Silvesters" piedāvājumā ietilpst trenāžieru zāle, aerobikas zāle, masāžas, pakalpojumi, kā arī dažādi papildpakalpojumi, piemēram, solārijs, sauna, u.c.

Liela mūsu priekšrocība ir treneru augstā kvalifikācija, pieredze darbā ar cilvēkiem, personāla medicīniskā izglītība, kā arī telpu, inventāra un vispār atrašanās vietas pieejamība. Personāla kvalifikācija un zināšanas nepārtraukti tiek papildinātas dažādos semināros.

Jaunizveidotajam uzņēmumam ir izveidota nepieciešamā materiāli tehniskā bāze:

- Telpas ar visu nepieciešamo inventāru;
- Darbam nepieciešamais tehniskais aprīkojums.

Pamatojoties uz visu iepriekš teikto autore ir pārliecināts, ka šis sporta klubs var kvalitatīvi startēt šāda veida pakalpojumu tirgū.

### 6.1. Projekta mērķis un uzdevumi

*Mērķis* ir konkrēts stāvoklis vai rezultāts, ko vēlas sasniegt atsevišķi cilvēki vai to grupas, tādēļ uzņēmējdarbību var uzskatīt par mērķu sasniegšanas līdzekli.<sup>44</sup>

Pēc būtības mērķi uzņēmējdarbībā ir :

- uzņēmējdarbības virzienu orientieri;
- uzņēmējdarbības stratēģijas un taktikas izstrādāšanas pamats;
- uzņēmējdarbības plānošanas un kontroles pamats;
- dažādu ar uzņēmējdarbību saistītu interešu grupu darbības saskaņošanas līdzeklis;
- darbinieku motivēšanas līdzeklis, ja mērķu sasniegšanu var saistīt ar atalgojumu vai citiem sociālajiem labumiem.

---

<sup>44</sup> J.Ē. Niedrītis (2005) Mārketingš - trešais pārstrādātais, papildinātais izdevums - SIA Biznesa augstskola Turība, Rīga.811pp.

Formulējot mērķus nosaka: kādu rezultātu vai stāvokli uzņēmums vēlas sasniegt un uzņēmums vēlas sasniegt noteikto rezultātu vai stāvokli.

Lai nodrošinātu efektīvu uzņēmējdarbību, mērķiem jābūt sasniedzamiem, kvantitatīvi izmērāmiem un saistītiem ar konkrētību laika ziņā.

Mērķa noteikšanas nozīmīgumu apliecina arī fakts, ka bez konkrēta mērķa nevarēs izstrādāt uzņēmuma stratēģiju, bet stratēģija taču nosaka uzņēmuma attīstību.

Ja noteikti grūti sasniedzami mērķi, kas pārsniedz uzņēmuma iespējas resursu trūkuma vai ārējo faktoru ietekmes dēļ, tas var negatīvi ietekmēt uzņēmuma darbību, jo nesasniegti mērķi rada kontroles un organizētības trūkumu, kas var traucēt uzņēmuma līdzsvarotu attīstību.

Izvirzītie mērķi var nodrošināt sekmīgu uzņēmējdarbību tikai tad, ja uzņēmums spēj pielāgoties dažādajām interešu grupām. To var panākt:

- pareizi formulējot mērķus, ņemot vērā uzņēmuma un tā apkārtējās vides stāvokli un attīstības tendences;
- racionāli sadalot mērķus starp uzņēmuma struktūrvienībām un atsevišķiem darbiniekiem;
- motivējot darbiniekus sasniegt izvirzītos mērķus.

Lēmumu pieņemšana par to, kādam jābūt uzņēmuma mērķim, ir ļoti atbildīga finansiāla darbība un vienlaikus arī sarežģīts uzdevums. Tā kā ārējā vide ir mainīga, tad mērķa noteikšanai uzņēmumā lietderīgi izstrādāt nākotnes vīziju, nākotnes notikumu attīstības scenāriju, jo jābūt iztēlei par turpmākās attīstības iespējamo gaitu. Lai apgrozījums būtu vēlamā apjomā, lai sasniegtu ieplānoto tirgus daļu, jāzina:

- ko uzņēmums varēs pārdot (tātad, ko tirgū meklēs un pirks turpmākajos gados);
- kam varēs pārdot (tātad, kas pirks, kas būs pircēji, kāpēc pirks, uz kādām vērtībām pircējs orientēsies);
- cik varēs pārdot (kāds būs pieprasījums tajā vai citā tirgū, kāda būs maksātspēja, par kādu cenu pircēji būs ar mieru pirkt produktu, ko vajadzības apmierināšanai piedāvās konkurenti);
- kur varēs pārdot (vietējā tirgū, kādas citas valsts reģiona tirgū, ko noteiks likumdošana, kādas ērtības vēlēšies pircēji).

Uzņēmējam jāzina, ko iespējams, darīs konkurenti šogad, nākamgad un turpmāk, vai neparādīsies jauni konkurenti, varbūt esošie konkurenti apvienosies. Jāzina, kas varētu mainīties

likumdošanā Latvijā, Eiropas Savienībā, valstīs, ar kurām uzņēmumam ir vai varētu būt partnerattiecības. Jāzina, ko ar laiku vajadzēs mainīt vai papildināt uzņēmumā un kādi resursi tam būs vajadzīgi, kur tos ņemt, kas tos gādās.

Uzņēmējdarbības pamata mērķis ir misija jeb globālais mērķis. Misija ir precīzs uzņēmuma pastāvēšanas iemesla jeb sūtības formulējums.

*Uzņēmuma misijā parasti tiek atspoguļoti šādi jautājumi:*

- mērķtirgus un mērķpircējs;
- galvenās preces jeb pakalpojumi (uzņēmējdarbības veids);
- tehnoloģija;
- ārējā vide;
- darba kultūra un mikroklimate;
- attīstības koncepcija.

Ja ir precīzi formulēta misija, uzņēmums var koncentrēt savu darbību konkrētā virzienā. Visi pārējie mērķi tiek izvirzīti, lai realizētu šo misiju.

Bieži uzņēmējs kā vispārējo mērķi jeb misiju nosauc peļņas iegūšanu. Šeit jāpiebilst, ka peļņa ir uzņēmuma iekšējā problēma. Lai iegūtu peļņu, kas nepieciešama uzņēmuma izdzīvošanas nodrošināšanai un motivēšanai, uzņēmējam jāorientējas vidē, kurā uzņēmums darbojas. Tādēļ tieši apkārtējā vide kalpo par misijas izstrādāšanas avotu, jo, pārzinot patērētājus un viņu vajadzības, var nodrošināt uzņēmuma dzīvotspēju.

Izvirzot mērķus ir jābalstās uz visdrošāko pieejamo informāciju. Ja laika gaitā informācija mainās, ir jāmaina arī mērķi atbilstoši šīm izmaiņām.

Mērķus atkarībā no nozīmes un laika, kuram tie tiek izvirzīti, iedala:

- stratēģiskajos jeb ilgtermiņa mērķos (5 gadi un vairāk);
- taktiskajos jeb vidēja termiņa mērķos (no 1 līdz 5 gadiem);
- operatīvajos jeb īstermiņa mērķos (periodam viena gada robežās).

Misija plašākā nozīmē ir organizācijas filozofija, tās eksistēšanas jēga, kas satur principus, noteikumus, vērtību sistēmu, proti, organizācijas morāli, kura dod pārliecību par saistību izpildi attiecībā pret esošajiem patērētājiem, piegādātājiem, partneriem, darbiniekiem un sabiedrību kopumā, norāda, kādu un kā organizācija iecerējusi veikt savu darbību.

*Misija*—apzināta un izteikta organizācijas esamība, būtība, statuss, eksistēšanas iemesls, tā ietver veidolu un ticamību (kredo), kuru atpazīst interesents.<sup>45</sup>

Organizācija, formulējot misiju, norāda savas pamatvērtības, piemēram, tās ir šādas:

- iegūt sabiedrības labvēlību un uzticību;
- nodrošināt kvalitatīvu produktu vai pakalpojumu par saprātīgu cenu, kuru ikdienā saņems patērētājs;
- veidot lietišķas, godīgas un pastāvīgas attiecības starp patērētājiem, piegādātājiem un darbiniekiem u.c.

Sia „Silvesters” misija ir veikt uzņēmējdarbību sporta, sabiedriskajā un organizatoriskajā darbības sfērā, nodrošināt interesentus ar nepieciešamajiem sporta kā arī aktīvas un atraktīvas atpūtas apstākļiem un inventāru, veicināt sportiska un veselīga dzīvesveida attīstību Latvijā, gūt peļņu un pieredzi uzņēmējdarbībā kā arī nodrošināt Dibinātāju materiālo, sociālo un kultūras vajadzību apmierināšanu.

Sabiedrības mērķi:

**Stratēģiskie mērķi:**

- nodrošināt Sabiedrības stingru un konsekventu darbību;
- tuvāko 5 gadu laikā palielināt apgrozījumu līdz 250`000 Ls gadā;

**Taktiskie mērķi:**

- celt Sabiedrības slavu un popularitāti gan klientu, gan konkurentu acīs;
- piesaistīt aizvien jaunus klientus un noturēt jau esošos;

**Operatīvie mērķi:**

- nodrošināt Sabiedrību ar profesionāliem speciālistiem;
- nodrošināt Sabiedrību ar modernāko sporta inventāru;
- veikt efektīvu reklāmas kampaņu;
- izveidot Sabiedrības mājas lapu internetā;

Ilgtērmiņa uzdevumi

---

<sup>45</sup> J.Ē. Niedrītis (2005) Mārketing - trešais pārstrādātais, papildinātais izdevums - SIA Biznesa augstskola Turība, Rīga.811pp.

- nodrošināt ikgadēju peļņas pieaugumu vismaz par 20%;
- palielināt tirgus daļu, veicinot klientu pieplūdumu;
- maksimāli apmierināt tirgus pieprasījumu, pilnveidojot un papildinot sniegtos pakalpojumus.

#### Īstermiņa uzdevumi

- izdzīvot un nostiprināties tirgū;
- Līdzekļu sagāde kluba materiāli tehniskās bāzes radīšanai, treneru tālāk izglītošanai un invalīdu sporta attīstības sekmēšanai;
- uzsākt sadarbību ar sporta inventāra piegādātāju;
- izveidot firmas prestižu.
- Veselīga un aktīva dzīvesveida popularizēšana;
- Augstu sportisko rezultātu sasniegšanas stimulēšana;

### **6.2.Projekta īstenošanai nepieciešamie resursi**

Lai īstenotu projekta noteikto mērķi tika izvēlēts risinājums, kas paredz iegādāties sporta klubam īres tiesības tam finansiāli izdevīgākajā vietā. Telpās ierīkot sporta klubu, kurš atbilstu visiem mūsdienu standartiem, būtu ērts un visiem pieejams. Sporta kluba ierīkošanai nepieciešamie resursi:

Naudas līdzekļi:

- Līdzekļi telpu īres tiesību iegādei.
- Līdzekļi telpu labiekārtošanai un piemērošanai sporta kluba vajadzībām.
- Līdzekļi trenāžieru iegādei.
- Līdzekļi datortehnikas iegādei.
- Līdzekļi nepieciešamo mēbeļu iegādei un telpas labiekārtošanai.
- Līdzekļi pārējo nepieciešamo lietu iegādei.
- Līdzekļi reklāmas kampaņas izstrādei un publicēšanai.

#### Darbinieki:

- Personas, kas veiks remontdarbus telpās, telpu piemērošanas un labiekārtošanas
- darbus.
- Trenažieru montāžnieki, kas uzstādīs trenāžierus.
- Programmētāji, kas uzstādīs datoru un instalēs programmatūru un veiks tās pārbaudi.
- Datortīklu speciālisti, kas savienos datorus savā starpā un pievienos Interneta tīklam.
- Sporta kluba darbinieki.
- Projekta vadītājs un projekta komanda.

#### Materiālie resursi:

- Telpas, kurās tiks ierīkots sporta klubs.
- Mēbeles, kas nepieciešamas sporta kluba vajadzībām
- Datortehnika,
- Trenažieri,
- Faxi, atskaņotāji utt.
- Reklāma.

Sabiedrības funkcionēšanai nepieciešami resursi, kas tiks patērēti sabiedrības funkcionālajām vajadzībām un tiks izmantoti tās darbības gaitā. Galvenie izmantojamie resursi mēnesī uzrādīti tabulā 6.1., 6.2.

6.1. tabula

## Komunālie pakalpojumi ziemas laikā

Komunālie pakalpojumi	Mērvienības	Cena Ls	Cik patērē mēnesī	Izdevumi(1 mēnesim) Ls
Ūdens uzsildīšana	1m <sup>3</sup>	1.958	200	391.6
Ūdens un kanaliz.	1m <sup>3</sup>	0.56	800	448
Elektrība	1kwh	0.0743	2000	148.6
Apkure	1m <sup>2</sup>	0.95	1100	1045
<b>Kopā</b>				2033.2

6.2.tabula

## Komunālie pakalpojumi vasaras laikā

Komunālie pakalpojumi	Mērvienības	Cena Ls	Cik patērē mēnesī	Izdevumi(1 mēnesim) Ls
Ūdens uzsildīšana	1m <sup>3</sup>	1.958	200	391.6
Ūdens un kanaliz.	1m <sup>3</sup>	0.56	800	448
Elektrība	1kwh	0.0743	2000	148.6
<b>Kopā</b>				988.2

Pamatojoties uz noslēgto līgumu, SIA „Silvesters” par visiem komunāliem pakalpojumiem, kurus tā patērēs, maksās pati. Ziemas tarifi spēkā no 01. novembrī līdz 01. maijām. Vasaras tarifi ir spēkā no 01. Maijā līdz 01. novembrim.

### 6.3. Projektu ietekme uz apkārtējo vidi

Pasaulē ar vien vairāk cilvēku un valstu saprot milzīgo vides aizsardzības lomu un ietekmi uz iedzīvotāju veselību, uz planētas klimatiskajām un ekoloģiskajām izmaiņām. Tiesības dzīvot tīrā, bioloģiski daudzveidīgā, iespējami mazāk piesārņotā un pārveidotā vidē ir būtiska cilvēka dzīves kvalitātes sastāvdaļa. Mūsu pienākums ir atstāt nākamajām paaudzēm ne sliktākas kvalitātes apkārtējo vidi par to, ko mantojām no saviem vecākiem.

Latvijas dabu šodien joprojām apdraud vides piesārņojums blīvi apdzīvotās teritorijās, nepietiekama notekūdeņu attīrīšana, neefektīva energosaimniecība, nehumāna dzīvojamā un darba vide utt.

Uzņēmums „Silvesters” ir arī atbildīgs par apkārtējās vides stāvokli.

Galvenais uzņēmuma apkārtējās vides piesārņojuma avots ir ražošana; uzņēmums, kas ražo dažāda veida produktus piesārņo apkārtējo teritoriju. Taču, tā kā SIA „Silvesters” neko neražos bet piedāvās sporta pakalpojumus, apkārtējās vides piesārņojums būs dabiski zems. Kā arī nomājamai ēkai ir liela izmēra logi, kas palīdz taupīt elektroenerģiju.

Lai vēl samazinātu ietekmi uz apkārtējo vidi, sporta klubs „Silvesters” veiks sekojošus pasākumus:

- elektroenerģijas taupīšana, ieviešot energo ekonomiskās spuldzes;
- ekonomiskas sadzīves tehnikas (televizori, datori utt.) izmantošana;
- ekonomiskas dušas un klozetpodu izmantošana. Mūsdienas santehnika palīdz
- taupīt līdz 2/3 ūdens daudzumu;
- mūsdienīgo apkurināšanas regulatora uzstādīšana; Tas palīdzēs samazināt
- izmaksas par apkuri;

Saudzīga attieksme pret apkārtējo vidi, ir finansiālā izdevība katram uzņēmumam, un SIA „Silvesters” nav izņēmums. Enerģijas taupīšana, ūdens daudzuma taupīšana un apkures efektīva izmantošana palīdzēs būtiski samazināt uzņēmuma izmaksas, kā arī nodrošinās tādu priekšrocību, kā apkārtējās vides uzlabošana.

#### 6.4. Projekta īstenošanas secība, posmi (shēma-grafiks)

6.3.tabula

Galvenie projekta īstenošanas posmi<sup>46</sup>

<b>Nr.</b>	<b>Projekta starpposmi</b>	<b>Sakums datums</b>	<b>Beigu datums</b>
1.	Sagatavošanas etaps ( telpu meklēšana, tirgus izpēte, iedzīvotāju aptauja utt.).	01.11.2012.	25.12.2012.
2.	Uzņēmuma „Silvesters” uzņēmuma reģistrēšana	02.01.2013.	04.01.2013.
3.	Telpu īres tiesību iegāde	05.01.2013.	06.01.2013.
4.	Telpu kosmētiskais remonts.	07.01.2013.	01.02.2013.
5.	Izvēlēta mēbeles, trenāžieru un sporta zāles aprīkojuma iepirkšana.	11.01.2013.	01.02.2013.
6.	Vajadzīgās datortehnikas, datorprogrammas, printera, kases aparāta iepirkšana, instalācija un pārbaude.	25.01.2013.	01.02.2013.
7.	Telpu apmēbelēšana ar sporta klubam nepieciešamajām mēbelēm, biroja inventāru, ar trenāžieriem, dušas kabīnēm un klozetpodiem.	02.02.2013.	08.02.2013.
8.	Pārējo nepieciešamo lietu iepirkšana.	02.02.2013.	08.02.2013.
9.	Atbilstošu darbinieku meklēšana un atlase, ņemot vērā katra darbinieka izglītību un profesionalitāti, veicamo darbu jomā.	01.02.2013.	14.02.2013.
10.	Darbinieku apmācība un informēšana par darbu.	15.02.2013.	28.02.2013.
11.	Reklāmas kampaņas izveide sporta klubam, lai popularizētu un piesaistītu pēc iespējas vairāk	15.02.2013.	28.02.2013.

<sup>46</sup> Autores izveidota tabula

	klientu		
12.	Atklāšanas pasākums	22.02.2013.	01.03.2013.

Visa darbība tiks vērsta klientu labsajūtai un komfortam. Tiks domāts par piemērotāko, jaunāko un interesantāko tehnoloģiju, jo līdz ar tās uzlabošanu, speciālistiem būs interesantāk strādāt un viņi varēs izpildīt savu darbu kvalitatīvāk. SIA „Silvesters” misija ir izveidot jaunu sporta klubu, kas Alūksnes iedzīvotājiem piedāvātus dažādas nodarbības, vislielāko uzsvaru liekot uz darbinieku profesionalitāti, atsaucību attiecībās ar klientu, kā arī darbinieku apmācību un izaugsmi.

Sporta kluba interjers būs mājīgs, veidots tā, lai apmeklētājos radītu pozitīvas emocijas. Apkalpojošais personāls būs laipns, draudzīgs un atsaucīgs. Tiks sniegtas atbildes uz visiem jautājumiem, kas būs radušies klientiem par piedāvātajiem pakalpojumiem un precēm.

Galvenais uzsvars tiks likts uz konkurentu cenām un tiks ieviests sekojošs cenu veidošanas pamatprincips, proti, cenām jābūt tādām, lai būtu iespējams nosegt uzņēmuma izmaksas un nodrošināt peļņu, bet nedaudz zemākām par nopietnāko konkurentu cenām.

Sporta kluba pakalpojumus izmantos klienti neatkarīgi no to tautības, reliģiskās pārliecības, izglītības un zināšanu līmeņa, jo pakalpojumi orientēti uz kvalitatīvu pakalpojumu sniegšanu, kurus izmanto katrs. Vienīgā atšķirība ir apmeklējuma biežumā un kādus pakalpojumus klients izmantos. Problēmas ir bijušas un vienmēr būs. Tāpēc ir ļoti svarīgi tās apzināties un pielikt visas pūles to risināšanā jau to sākuma stadijā. Sporta kluba darbība tiks izvērtēta katru ceturksni, bet nepieciešamības gadījumā arī biežāk.

## 7. PROJEKTA FINANŠU PLĀNS

Finanšu plāns tāpat kā mārketinga plāns ir viena no uzņēmējdarbības plāna galvenajām satāvdaļām. Finanšu plāna izstrādāšanas mērķis ir sniegt finanšu sistēmu prognozi plānotajam periodam, kā arī noteikt uzņēmuma darbības programmas izpildei nepieciešamos finanšu resursu veidus un daudzumu.

Finanšu resursu plānošana sākas ar finanšu līdzekļu parēķinu. Šajā plānā tiek parādīts finanšu līdzekļu iegūšanas grafiks ar aprakstu, kādiem mērķiem šos līdzekļus izlietos. Investori un kreditori vēlas gūt skaidru priekšstatu, ar kādiem noteikumiem uzņēmējs vēlas saņemt investīciju vai kredītu. Finanšu plāna pamatdaļu veido finanšu prognozes tuvākajiem trijiem – pieciem gadiem, kas visbiežāk tiek sniegtas peļņas vai zaudējuma plāna, naudas plūsmas prognozes un plānotās bilances veidā.<sup>47</sup>

Uzņēmuma funkcionēšanas procesā tiek pārdota produkcija, darbiniekiem maksāta alga, pirkti materiāli, iekārtas, notiek atjaunošana un paplašināšana. Un tam visam ir nepieciešams finansiālais nodrošinājums un pareiza finanšu resursu sadale, kas, no vienas puses, nodrošinātu pareizu peļņas sadali, no otras – uzņēmuma nepārtrauktu attīstību. Bet reālajā dzīvē nav iespējams noteikt naudas līdzekļu plūsmas sākumu un beigas. Tā plūst nepārtraukti un vienlaikus atrodas dažādas ražošanas cikla stadijās. Praksē tas tiek fiksēts naudas plūsmas plānā. Sastādot naudas plūsmas plānu, ir jāievēro svarīgākais princips – visi izdevumi jāsedz ar naudas līdzekļu ieņēmumiem. Papildus nepieciešamība pēc naudas līdzekļiem var tikt segta no kredītiem vai citiem aizņemto līdzekļu avotiem.

Uzņēmuma funkcionēšanai ir nepieciešami noteikti materiālie un finanšu resursi. Šos resursus var nodrošināt, veicot naudas vai mantas ieguldījumus jaunizveidotajā (nodibinātajā) uzņēmumā. Šiem ieguldījumiem ir viena būtiska īpatnība: uzņēmējdarbības procesā tie palielina savu sākotnējo vērtību. Tāpēc šie resursi tiek saukti par kapitālu.

Finanšu prognožu pamats ir gaidāmie pārdošanas apjomi. Šie lielumi ir mainīgi, tāpēc aprēķinos darba autore izmanto pesimistisku prognozi.

---

<sup>47</sup> S. Saksonova „Uzņēmuma darbības plānošanas paņēmieni”, Rīga 2004;

## 7.1. Pieņemumi, uz kuriem balstīta finanšu prognoze

Lai dotu ieskatu par SIA „Silvesters” finanšu prognozēm, turpmāk tekstā būs apskatīti daži pieņēmumi, sastādot peļņas vai zaudējumu prognozi, ieņēmuma plānu, naudas plūsmas prognozi, kā arī uzņēmuma bilanci.

### 1). Uzņēmuma ieņēmumu plāns

Tā kā uzņēmums sāks savu darbību janvāra sākumā 2013. gadā, paies kāds laiks līdz klienti iepazīs sporta klubu, tāpēc gaidāmo patērēto pakalpojumu skaits gada sākumā būs mazāks nekā gada beigās. Cits faktors ir iedzīvotāju tendence sākt rūpēties vairāk par savu ķermeni pavasarī – pirms vasaras uzsākšanas. Tieši tāpēc uzņēmums gaida lielāku peļņu pavasara un vasaras laikā. Uzņēmuma ieņēmuma plāns par 2013. gadu tiek rēķināts pa mēnešiem un summas tabula ir uzradītas bez PVN. Par 2014. -2015. gadu ieņēmumu plans tiek aprēķināts par veselu gadu kopā. Ieņēmumu plānā var redzēt kādi pakalpojumi ir vairāk pieprasīti un kādi nav.

### 2). Peļņas vai zaudējumu prognoze

Peļņas vai zaudējumu aprēķins par 2013. gadu tiek rēķināts pa mēnešiem. Par 2014. - 2015. gadu ieņēmumu plāns tiek aprēķināts par veselu gadu kopā. Peļņas vai zaudējumu aprēķina atspoguļotas visas uzņēmuma izmaksu pozīcijas. Pēc tiem var secināt tas spēle nozīmīgu lomu izdevumos. Pirmā gadā uzņēmums saņem tīro peļņu 1285,15 Ls apmēra, otrā un trešā gadā peļņas apmērs sastādīs 16134,19 Ls un 15372,51 Ls. Pirmā gadā būs neliela peļņa, jo uzņēmums nebūs plaši pazīstams un strādās nepilnu kalendāro gadu.

### 3). Naudas plūsmas prognoze

Naudas plūsmas pārskata sagatavošanas mērķis ir palīdzēt:

- novērtēt uzņēmuma iespējas nodrošināt pozitīvu naudas plūsmu nākotnē;
- novērtēt uzņēmuma iespējas nokārtot savas saistības: nomaksāt procentus par aizņēmumu, izmaksāt dividendes utt.;
- novērtēt faktorus, kas nosaka atšķirības starp uzrādīto peļņu un naudas plūsmu tajā
- pašā pārskata periodā;
- novērtēt, kā gada laikā veiktie svarīgākie darījumi ir ietekmējuši uzņēmuma naudas plūsmu<sup>48</sup>

<sup>48</sup> T. Korsaka, V.Raņķevica. Ievads grāmatvedībā. Rīga: Latvijas Komerčbanku asociācija Konsultāciju un mācību centrs, 2006. 236. lpp.

Naudas plūsmas prognoze par 2013. gadu tiek rēķināta pa mēnešiem. Par 2014. - 2015. gadu naudas plūsmas prognoze tiek aprēķināta par veselu gadu kopā. Naudas plūsmas pārskats atspoguļo naudas plūsmu pārskata periodā, klasificējot to kā naudas plūsmu no pamatdarbības, ieguldījumu darbības un finanšu darbības. Pirmā gadā naudas plūsmas beigu atlikums sastādīs 52251,64 Ls, otrā un trešā gadā - 80076, 86 Ls un 105913,32 Ls. Pēc naudas plūsmas datiem tiek aprēķināts projekta atmaksāšanas laiks.

#### 4). Balance

Bilance atspoguļo uzņēmuma finansiālo stāvokli pārskata perioda beigās. Projektam ir aprēķināta bilance periodā no 2013. līdz 2015. gadam. Tā kā mūsu projektam nav kreditorus un debitorus, tajās pozīcijas bilancē būs tukšas vietas. Pasīva īstermiņa kreditori būs veidoti, no komunālo pakalpojumu maksas, nodokļiem un algām par decembrī iepriekšēja gada. Visi nepieciešamie aprēķini lai veidotu bilanci ir atspoguļoti pielikumos.

## 7.2. Uzņēmuma ieņēmumu plāns

7.1.tabula

Uzņēmuma ieņēmumu plāns perioda no 2013.g. līdz 2015. g.<sup>49</sup>

	Kopā 2013 gadā	Kopā 2014 gada	Kopā 2015 gadā
<b>Trenažieru zāles nodarbības</b>	125157.02	150188.43	150188.43
<b>Aerobikas nodarbības</b>	26776.86	30942.15	30942.15
<b>Kalanētikas nodarbības</b>	13090.91	16661.16	16661.16
<b>Sauna</b>	12603.31	17355.37	17355.37
<b>Sporta bārs</b>	6200	9600	9600
<b>Citi pakalpojumi</b>	6198.35	6942.15	6942.15
<b>Kopā</b>	190026.45	231689.26	231689.26

Analizējot uzņēmuma plānu, var secināt ka lielāko atdevi uzņēmums plāno saņemt no treniņu zāles nodarbībām, otrajā vietā būs ieņēmumi no aerobikas nodarbībām un tikai tad aptuveni vienādi ieņēmumi būs no kalanētikas nodarbībām un saunas. Uzņēmuma ieņēmumi no

<sup>49</sup> Autores izveidota tabula

bāra un citiem pakalpojumiem, nebus tie lielāki, taču šos pakalpojumus jāpiedāvā, lai klientiem būtu pieejamas pilns pakalpojumu klāsts.

7.2. tabula

## Uzņēmuma ieņēmumu plāns par 2013 gadu

	j a n	F e b	Mart s	Aprīl is	Maijs	Jūn ijs	Julijs	Augu sts	Septem bris	Okto bris	Novemb ris	Dece mbri s	Kopā
<b>Trenažieru zāles</b>			9386. 78	1251 5.70	12515. 70	125 15.7	12515. 70	1251 5.70	12515. 70	1251 5.70	14080.17	1408 0.17	<b>12515 7.02</b>
<b>Vidēja cena Ls</b>			31.29	31.29	31.29	31.2	31.29	31.29	31.29	31.29	31.29	31.29	
<b>Abonementu skaits</b>			300	400	400	400	400	400	400	400	450	450	
<b>Aerobikas nodarbības</b>			1487. 60	2082. 64	2380.1 7	297 5.21	2975.2 1	2975. 21	2975.2 1	2975. 21	2975.21	2975. 21	<b>26776. 86</b>
<b>Vidēja cena Ls</b>			29.75	29.75	29.75	29.7 5	29.75	29.75	29.75	29.75	29.75	29.75	
<b>Abonementu skaits</b>			50	70	80	100	100	100	100	100	100	100	
<b>Kolanētikas nodarbības</b>			595.0 4	892.5 6	1190.0 8	148 7.60	1487.6 0	1487. 60	1487.6 0	1487. 60	1487.60	1487. 60	<b>13090. 91</b>
<b>Vidēja cena Ls</b>			29.75	29.75	29.75	29.7	29.75	29.75	29.75	29.75	29.75	29.75	
<b>Abonementu skaits</b>			20	30	40	50	50	50	50	50	50	50	
<b>Sauna</b>			516.5 3	723.1 4	1033.0 6	103 3.06	1549.5 9	1549. 59	1549.5 9	1549. 59	1549.59	1549. 59	<b>12603. 31</b>
<b>Vidēja cena Ls</b>			10.33	10.33	10.33	10.3 3	10.33	10.33	10.33	10.33	10.33	10.33	
<b>Pakalpojumu skaits mēnesī</b>			50	70	100	100	150	150	150	150	150	150	
<b>Sporta bārs</b>			300	400	500	600	600	600	800	800	800	800	<b>6200</b>
<b>Citi pakalpojumi</b>			991.7 4	578.5 1	578.51	578. 51	578.51	578.5 1	578.51	578.5 1	578.51	578.5 1	<b>6198.3 5</b>
<b>Kopā</b>			<b>1327 7.69</b>	<b>1719 2.56</b>	<b>18197. 52</b>	<b>191 90.1</b>	<b>19706. 61</b>	<b>1970 6.61</b>	<b>19706. 61</b>	<b>1970 6.61</b>	<b>21471.07</b>	2147 1.07	19002 6.05

### 7.3. Peļņas vai zaudējumu aprēķins

7.3. tabula

Peļņas vai zaudējumu aprēķins uz 2013 gadu<sup>50</sup>

Rādītāji	Janvāris	Februāris	Mart s	Aprīlis	Maijs	Jūnijs	Jūlijs	Augusts	Septembris	Okto bris	Novem bris	Dece mb ris	Kopā
<b>Neto apgrozīj ums</b>	0	0	132 77,6 9	172 92,5 6	181 97,5 2	191 90.0 8	197 06.6 1	197 06.6 1	199 06.6 1	199 06.6 1	214 71.0 7	214 71.0 7	1900 26.45
<b>Komunā lo pakalpoj umu izmaksas (apkures izmaksas , elektroe nerģijas izmaksas )</b>	106 5,0 2	106 5,02	203 3.2	203 3.2	988. 2	988. 2	988. 2	988. 2	988. 2	988. 2	203 3.2	203 3.2	1619 2.04
<b>Nomas maksas izmaksas</b>	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	3600 0
<b>Remonta darba izmaksas (rekonst rukcijas izmaksas )</b>	221 0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2210
<b>Pārējie izdevumi</b>	0	0	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3000

<sup>50</sup> Autores izveidota tabula

<b>Izmaksas bāra pārtikai</b>	0	0	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2000
<b>Firmas atvēršanas izdevumi (publikācija LV un zīmoga izgatavošana)</b>	200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	200
<b>Firmas atvēršanas nodeva (valsts nodeva)</b>	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
<b>Pamatlīdzekļu un nemater. ieg.</b>	0	808.52	808.52	808.52	808.52	808.52	808.52	808.52	808.52	808.52	808.52	808.52	8893.72
<b>nolietojums</b>													
<b>Darbalgas</b>	0	0	9500	9500	9500	9500	9500	9500	9500	9500	9500	9500	95000
<b>VSAOI</b>	0	0	2288.55	2288.55	2288.55	2288.55	2288.55	2288.55	2288.55	2288.55	2288.55	2288.55	22885.55
<b>Riska nodeva</b>	0	0	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	65
<b>Reklāmas izmaksas</b>	82.92	82.92	82.92	82.92	82.92	82.92	82.92	82.92	82.92	82.92	82.92	82.92	995.04
<b>Sakaru izmaksas</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200

(telefona, interneta un televīzijas pakalpojumu izmaksas)													
<b>Peļņa pirms UIN</b>	- 675 7.9 4	- 505 6.46	- 504 2	- 112 7.13	922. 83	191 5.39	243 1.92	243 1.92	263 1.92	263 1.92	315 1.38	315 1.38	1285. 15
<b>Uzņēmumu ienākuma nodoklis</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Tīrā peļņa</b>	- 675 7.9 4	- 505 6.46	- 504 2	- 112 7.13	922. 83	191 5.39	243 1.92	243 1.92	263 1.92	263 1.92	315 1.38	315 1.92	1285. 15

## Paļņas un zaudējumu aprēķins par 3 gadiem periodā no 2013.g. līdz 2015.g.

Rādītāji	Kopā 2013.gadā	Kopā 2014. gadā	Kopā 2015.gadā
<b>Neto apgrozījums</b>	190026.45	231689.26	231689.26
<b>Komunālo pakalpojumu izmaksas (apkures izmaksas, elektroenerģija)</b>	16192.04	18128.4	18128.4
<b>Nomas maksas izmaksas</b>	36000	36000	36000
<b>Remonta darba izmaksas (rekonstrukcijas izmaksas)</b>	2210	0	0
<b>Pārējie izdevumi (klienta kartes izgatavošanas)</b>	3000	3600	3600
<b>Izmaksas bāra pārtikai</b>	2000	2400	2400
<b>Firmas atvēršanas izdevumi (publikācija LV un zīmoga izgatavošana)</b>	200	0	0
<b>Firmas atvēršanas nodeva (valsts nodeva)</b>	100	0	0
<b>Pamatlīdzekļu un nemater. ieg. nolietojums</b>	8893.72	9702.27	9386.04
<b>Darba algas</b>	95000	114000	114000
<b>VSAOI</b>	22885.5	27462.6	27462.6
<b>Riska nodeva</b>	65	78	78
<b>Reklāmas izmaksas</b>	995.04	995.04	995.04
<b>Sakaru izmaksas (telefona, interneta un televīzijas pakalpojumu izmaksas)</b>	1200	1200	1200
<b>Peļņa pirms UIN</b>	1285.15	18122.95	18439.18
<b>Uzņēmumu ienākuma nodoklis</b>	0	1988.76	3066.67

<b>Tīrā peļņa</b>	1285.15	16134.19	15372.51
-------------------	---------	----------	----------

Uzņēmuma peļņas vai zaudējuma aprēķins ir visu uzņēmuma ieņēmumu un izdevumu (izmaksu) atspoguļojums par pārskata periodu. Peļņas vai zaudējuma aprēķina pamatā ir formula: peļņa ir no ieņēmumiem atņemot izdevumus. Peļņas vai zaudējumu aprēķinā ir jāiekļauj visi ieņēmumi un izdevumi neatkarīgi no maksājuma datuma, ja tie saistīti ar pārskata gadu neatkarīgi no tā, vai pārskata gads tiek noslēgt ar peļņu vai zaudējumiem.<sup>51</sup>

Uzņēmuma „Silvesters” plānotais peļņas un zaudējumu aprēķins tiks noteikts 3 gadiem, kā redzams 7.4.tabulā, tad apgrozījums pirmajā gadā plānots 190026.45 LVL apmērā, savukārt nākamajā gadā plānotais apgrozījums būs palielinājies par ~24 % punktiem, taču 3. gadā tas saglabāsies iepriekšējā gada līmenī.

Sastādot plānoto peļņas un zaudējumu aprēķinu, tīrā peļņa, kā tas redzams 7.4. tabulā, katru gadu pieaugs, un 2015. gadā tā būs 15372.51 LVL apmērā. Tiek plānots, ka izmaksas paliks nemainīgas 3 gadu garumā. Vislielākās izmaksas veidos darbinieku atalgojums un valsts sociālās apdrošināšanas iemaksas.

<sup>51</sup> Saksonova S.Uzņēmuma darbības plānošanas paņēmieni.R.:Izglītības soļi,2004.-67.lpp.

#### 7.4.Uzņēmuma naudas plūsmas pārskats

7.5. tabula

#### Naudas plūsmas pārskats uz 2013. Gadu<sup>52</sup>

Rādītāji	Janvāris	Februāris	Mart	Aprīlis	Maijs	Jūnijs	Jūlijs	Augusts	Septembris	Oktobris	Novembris	Decembris	Kopā
Sākuma atlikums	80000	8662.56	848.45	11169.45	13260.89	16568.33	22341.22	28739.12	34064.17	36889.53	39015.83	43035.12	<b>80000</b>
Naudas ieņēmumi													
Ieņēmumi no pārdošanas	0	0	13277.69	17192.56	18197.52	19190.08	19706.61	19706.61	19906.61	19906.61	21471.07	21471.07	<b>190026.45</b>
PVN			2788.31	3610.44	3821.48	4029.92	4138.39	4138.39	4180.39	4180.39	4508.92	4508.92	<b>39905.55</b>
Kopā naudas ieņēmumi	0	0	16066.00	20803.00	22019.00	23220.00	23845.00	23845.00	24087.00	24087.00	25979.99	25979.99	<b>229932.00</b>
Naudas izdevumi													
Komunālie pakalpi	0	1065.02	1065.02	2033.2	2033.2	988.2	988.2	988.2	988.2	988.2	988.2	2033.2	<b>14158.84</b>

<sup>52</sup> S. Saksonova „Uzņēmuma darbības plānošanas paņēmieni”, Rīga 2004; 62. lpp. Uzņēmuma naudas plūsma.

<b>ojumi</b>														
<b>Nomas maksa</b>	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	3000	300 0	3000	300 0	<b>3600 0</b>
<b>Remon ts</b>		221 0												<b>2210</b>
<b>Pārējie izdevu mi</b>	0	0	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	<b>3000</b>
<b>Izdevu mi Bāra Pārtik ai</b>	0	0	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	<b>2000</b>
<b>Firmas atvērš anas nodeva</b>	100													<b>100</b>
<b>Firmas atvērš anas izdevu mi</b>	200													<b>200</b>
<b>Darba algas</b>	0	0	0	950 0	950 0	950 0	950 0	950 0	950 0	9500	950 0	9500	950 0	<b>8550 0</b>
<b>VSAO I</b>	0	0	0	228 8.55	228 8.55	228 8.55	228 8.55	228 8.55	228 8.55	2288 .55	228 8.55	2288 .55	228 8.55	<b>2059 6.95</b>
<b>Riska nodeva</b>	0	0	0	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	<b>58.5</b>
<b>Reklā mas izmaks as</b>	82.9 2	82.9 2	82.9 2	82.9 2	82.9 2	82.9 2	82.9 2	82.9 2	82.9 2	82.9 2	82.9 2	82.9 2	82.9 2	<b>995.0 4</b>
<b>Telefo na pakalp</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	<b>1200</b>

ojumi,														
<b>Ilg.</b> <b>ieguld.</b> <b>iegāde</b>	554 91													<b>5549</b> <b>1</b>
<b>PVN</b> <b>valsts</b> <b>budžet</b> <b>ā</b>								107 2.84	3814 .53	451 3.6	4513 .6	429 4.15		<b>1196</b> <b>6.51</b>
<b>Samak</b> <b>sātais</b> <b>PVN</b>	123 63.5 2	135 6.17	997. 07	120 0.39	120 0.39	980. 94	980. 94	980. 94	980. 94	980. 94	980. 94	120 0.39		<b>2420</b> <b>3.52</b>
<b>UIN</b> <b>budžet</b> <b>a</b>														<b>0</b>
<b>Nauda</b> <b>s</b> <b>izdevu</b> <b>mi</b> <b>kopā</b>	713 37.4 4	781 4.11	574 5.01	187 11.5 6	187 11.5 6	174 47.1 1	174 47.1 1	185 19.9 5	2126 1.64	219 60.7 1	2196 0.71	230 05.7 1		<b>2576</b> <b>80.36</b>
<b>Netto</b> <b>naudas</b> <b>plūsm</b> <b>a</b> <b>(Ieņēm</b> <b>umi</b> <b>mīnus</b> <b>izdevu</b> <b>mi)</b>	- 713 37.4 4	- 781 4.11	103 21.0 0	209 1.44	330 7.44	577 2.89	639 7.89	532 5.05	2825 .36	212 6.29	4019 .29	297 4.29		<b>-</b> <b>2774</b> <b>8.36</b>
<b>Beigu</b> <b>atliku</b> <b>ms</b>	<b>866</b> <b>2.56</b>	<b>848.</b> <b>45</b>	<b>111</b> <b>69.4</b> <b>5</b>	<b>132</b> <b>60.8</b> <b>9</b>	<b>165</b> <b>68.3</b> <b>3</b>	<b>223</b> <b>41.2</b> <b>2</b>	<b>287</b> <b>39.1</b> <b>2</b>	<b>340</b> <b>64.1</b> <b>7</b>	<b>3688</b> <b>9.53</b>	<b>390</b> <b>15.8</b> <b>3</b>	<b>4303</b> <b>5.12</b>	<b>460</b> <b>09.4</b> <b>1</b>		<b>5225</b> <b>1.64</b>

Naudas plūsmas pārskats par 3 gadiem periodā no 2013.g. līdz 2015.g.<sup>53</sup>

Rādītāji	Kopā 2013 gadā	Kopā 2014 gadā	Kopā 2015 gadā
Sākuma atlikums	80000	52251.64	80076.86
<b>Naudas ieņēmumi</b>			
Ieņēmumi no pārdošanas	190026.45	231689.26	231689.26
PVN	39905.55	48654.74	48654.74
<b>Kopa naudas ieņēmumi</b>	<b>229932.00</b>	<b>280344.00</b>	<b>280344.00</b>
<b>Naudas izdevumi</b>			
Komunālie pakalpojumi	14158.84	18128.4	18128.40
Nomas maksa	36000	36000	36000
Remonts	2210	0	0
Pārējie izdevumi (klienta kartes)	3000	3600	3600
Izdevumi Bāra pārtikai	2000	2400	2400
Firmas atvēršanas nodeva	100	0	0
Firmas atvēršanas izdevumi	200	0	0
Darba algas	85500	114000	114000
VSAOI	20596.95	27462.60	27462.60
Riska nodeva	58.5	78	78
Reklāmas izmaksas	995.04	995.04	995.04
Telefona pakalpojumi, internets, TV	1200	1200	1200
Ilgt. ieguld. iegāde	55491	0	0
PVN valsts budžetā	11966.51	35566.82	35566.82
Samaksātais PVN	24203.52	13087.92	13087.92
UIN budžeta			1988.76
<b>Naudas izdevumi kopā</b>	<b>257680.36</b>	<b>252518.78</b>	<b>254507.54</b>
<b>Netto naudas plūsma (Ieņēmumi mīnus izdevumi)</b>	<b>-27748.36</b>	<b>27825.22</b>	<b>25836.46</b>
<b>Beigu atlikums</b>	<b>52251.64</b>	<b>80076.86</b>	<b>105913.32</b>

<sup>53</sup> Autore izveidota tabula

Uzņēmuma naudas plūsmas prognoze parāda uzņēmuma ienākošās un izejošās naudas plūsmu un tās ietekmi uz uzņēmuma bilanci plānotajā periodā. Šajā prognozē tiek iekļautas tikai tās summas, kas būs reāli samaksātas vai saņemtas. Visi skaitļi tiek uzrādīti ar PVN neatkarīgi no tā, vai uzņēmums ir reģistrēts kā PVN maksātājs vai nē. Prognoze ietver arī maksājumus par aktīvu iegādi vai pārdošanu, nodokļu maksājumus, saņemtos un atmaksātos kredītus un to procentu maksājumus.

Uzņēmumam sabalansēta naudas plūsma ir ļoti svarīga. Plānotās naudas plūsmas pārskata mērķis ir paredzēt, kad uzņēmumam būs nepieciešama papildu nauda un cik daudz

Uzņēmuma „Silvesters” plānotā naudas plūsma tiks sastādīta 2013. Gadam pa mēnešiem, gan par 3 gadiem laika posmā no 2013.gada līdz 2015.gadam kopumā, kā tas redzams, 7.5. tabulā un 7.6. tabulā.

Tiek plānots, ka naudas ieņēmumi no pārdošanas pirmajā darbības gadā bus vismazākie, nākamajā darbības gadā tie pieaugs par ~24%, tas ir 231689.26 LVL, 2015. Gadā ienemumi no pārdošanas paliks nemainīgi salīdzinoši ar 2014.gadu.

Naudas izdevumi pirmo triju gadu laikā būtisk nemainīsies un būs gandrīz vienādi.

Uzņēmuma naudas plūsma visus 3 gadus veidos pozitīvu beigu atlikumu, neto naudas plūsma būs pozitīva izņemot pirmo gadu kas sastādīs -27748.36 LVL

## 7.5. Uzņēmuma bilance (par 3 gadiem no 2013.g. līdz 2015.g.)

7.7. tabula

Uzņēmuma bilance <sup>54</sup>				
Posteņi	01.01.2013	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015
<b>Aktīvi</b>				
Ilgtermiņa ieguldījumi	0	46597.28	36895.01	27508.97
Nemateriālie ieguldījumi	0	0	0	0
Pamatlīdzekļi	0	46597.28	36895.01	27508.97
Apgrozāmie līdzekļi	80000	52251.64	80076.86	105913.32
Krājumi	0	0	0	0
Debitori	0	0	0	0
Naudas līdzekļi	80000	52251.64	80076.86	105913.32
Bilance	<b>80000</b>	<b>98848.92</b>	<b>116971.87</b>	<b>133422.29</b>
<b>Pasīvi</b>				
Pašu kapitāls	80000	81285.15	97419.34	112791.85
Pamatkapitāls	80000	80000	80000	80000
Iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa	0	0	1285.15	17419.34
Pārskata gada nesadalītā peļņa	0	1285.15	16134.19	15372.51
Aizņemtā kapitāls	0	17563.75	19552.51	20630.42
Ilgtermiņa saistības	0	0	0	0
Īstermiņa saistības	0	17563.75	19552.51	20630.422
Bilance	<b>80000</b>	<b>98848.92</b>	<b>116971.87</b>	<b>133422.29</b>

Bilance rāda uzņēmuma līdzekļu kopējo daudzumu un to savstarpējās proporcijas, kā arī šo līdzekļu finansēšanas avotus. Tādejādi pēc plānotajā bilancē atspoguļotajiem līdzekļiem iespējams noteikt to finansēšanai nepieciešamo summu. Bilances pārskats atbild uz jautājumiem:

- Cik daudz kapitāla (līdzekļu) tiek izmantots uzņēmumā?
- Cik likvīds ir uzņēmums (uzņēmuma spēja segt īstermiņa saistības)?
- Cik maksāspējīgs ir uzņēmums?

Uzņēmuma plānotā bilance pirmajam gadam redzama 7.7. tabulā, kur aktīvi un pasīvi 2013. gada 1. Janvārī būs 80000 LVL un 31. decembrī būs 98848.92 LVL apmērā. Savukārt uzņēmuma bilance 2014. Gada beigās sastādīs 116971.87 LVL apmērā, taču noslēdzot 2015. Gadu bilances apmērs sastādīs 133422.29 LVL.

<sup>54</sup> S. Saksonova „Uzņēmuma darbības plānošanas paņēmieni”, Rīga 2004; 62. lpp. Uzņēmuma bilance.

## 7.6. Projekta atmaksāšanas laiki

7.8 tabula

Projekta atmaksāšanas laiks<sup>55</sup>

Laiks	0	1	2	3	4	5	6
<b>Naudas plūsma</b>	- 8000 0	-27748	27825	25836	2500 0	2500 0	2500 0
Tuvinātais atmaksāšanās periods							
<b>Kumulatīvā naudas plūsma</b>	- 8000 0	- 10774 8	-79923	- 54087	- 2908 7	-4087	2091 3
<b>Atmaksāšanās periods</b>	<b>5.16</b>	<b>5 gadi</b>	<b>1 menesi s</b>	<b>29 diena s</b>			

Pēc šīs tabulas sastādīšanas, ir redzams ka projekta naudas plūsmas rādītājs parādās pozitīvs tikai ar otro gadu. Kumulatīva naudas plūsma pozitīva ir tikai sākot ar 6 gadu. Līdz ar to veicot analīzi un finanšu aprēķinus, tika noskaidrots ka projekts tiks atmaksāts aptuveni pēc 5 gadiem viena mēneša un 29 dienam.

Finanšu plāns tāpat kā mārketinga plāns ir viena no uzņēmējdarbības plāna galvenajām sastāvdaļām. Finanšu plāna izstrādāšanas mērķis ir sniegt finanšu sistēmu prognozi plānotajam periodam, kā arī noteikt uzņēmuma darbības programmas izpildei nepieciešamos finanšu resursu veidus un daudzumu.

Uzņēmumu vadīšanas organizatoriskās struktūras ir rūpīgi jāveido, lai tās atbilstu organizācijai, sekmētu tās tālāku pilnveidošanu, kā arī nodrošinātu sekmīgu visu uzņēmuma uzdevumu izpildi.

Vislielākā uzņēmuma vērtība ir darbinieki. Uzņēmuma personāla politika ietver, pirmkārt, darba samaksas politiku – atbilstoši darbinieka ieguldījumam piedāvājot labāku darba samaksu ar katru gadu palielinot to, līdzīgi kā citi nozares darba devēji.

Uzsākot uzņēmējdarbību ir nepieciešamas prognozēt savus ienākumus un izdevumus. Izstrādāt finanšu plānu, kas ir viens no uzņēmējdarbības galvenajām sastāvdaļām, Galvenais nepieciešamo finanšu resursu iegūšanas avots sporta klubam būs no pakalpojumu.

<sup>55</sup> Autore izveidota tabula

## 8. RISKI UN TO SAMAZINĀŠANAS PASĀKUMI

Latvijā ir vairāki uzskatāmi piemēri, kas liecina, ka savlaicīgi nenovērtēti riska faktori radījuši uzņēmumam ne tikai nopietnus materiālos zaudējumus vai pat noveduši to līdz bankrotam, bet arī iedragājuši klientu uzticību nozarei. Viens no spilgtiem piemēriem ir „Bankas Baltija” krahs, kas ieies vēsturē ne tikai ar materiālajiem zaudējumiem procentuāli lielumam skaitam Latvijas iedzīvotāju, bet arī ilgstošākā laika periodā izveidojušos cilvēku neuzticību banku sistēmai Latvijā kopumā. Līdzās šiem varētu minēt vēl citus piemērus gadījumiem, kad savlaicīgi nenovērtēti riski ir iznīcinājuši biznesu. Ir uzņēmējdarbības sfēras, kur riskus var paredzēt, tos var aprēķināt, var novērtēt. Tajā pašā laikā ir arī tādi risku veidi, kuru varbūtību paredzēt ir grūti vai tas pat nav iespējams.<sup>56</sup> Katrai biznesa nozarei ir raksturīgi savi riska faktori, un atkarībā no to avotiem iedalāmi vairākās grupās:

- dabas apstākļu radītie riski - negaidītas dabas stihijas, plūdi, katastrofas;
- finansu riski – konkurence, inflācija, parādu saistības, jauni konkurenti, straujās valūtas kursa maiņas, negaidītas izmaiņas valdības vai pašvaldības likumdošanā u.c.;
- riski, kas saistīti ar produktu kvalitāti un jaunu produktu ienākšanu tirgū;
- riski, kas saistīti ar darba vides drošību un darbinieku veselību;
- apkārtējās vides piesārņošanas riski;
- riski, kas saistīti ar ķīmiskām un ugunsnedrošām vielām;
- ar uzņēmuma personālu saistītie riski u.c.

Uzņēmumā vienmēr pastāvēs arī tāda iespējamība, ka labākie personāla darbinieki var tikt pārvilināti uz konkurējošo kompāniju. Tas var apdraudēt uzņēmumus, kuru bizness balstās uz intelektuālo potenciālu.

Starptautiskajā praksē tiek pielietotas dažādas riska novērtējuma tehnikas. Lai paredzētu augstas varbūtības riskus, tiek izmantotas galvenokārt divas metodes- FMEA (failure mode, and effect analysis) – iespējamā kļūdu seku analīze un FTA (fault tree analysis) – sazarotā kļūdu analīze. Šīs mērījumu metodes ir diezgan līdzīgas, un var ietvert sevī prāta vētras, salīdzinošās

---

<sup>56</sup> Mērķi uzņēmējdarbībā: Teorētiskā ievirze uzņēmējdarbības uzsākšanai - [Elektroniskais resurss]. - <http://www.macies.celotajs.lv/>, - 2012. – 22. maijs.

diagrammas u.c. tehnikas. Menedžmenta un finansiālo risku gadījumā tiek izmantotas FMEA metodes adaptācijas. Risku analīze iespējama, balstoties arī uz testēšanas metodi, un tā galvenokārt piemērojama produkta testēšanai vai apkārtējās vides stāvokļa novērtēšanai. Atkarībā no testu rezultātiem attīsta turpmākās riska aizsardzības un reducēšanas stratēģijas. Dažādas pārbaudes, iekšējā un ārējā audita rezultāti ir informācijas avots, kas nodrošina turpmāko riska menedžmenta procesu.

Pastāv arī citas iespējas veikt dažādus testus ar mērķi pārbaudīt, vai konkrētā sistēma kopumā darbojas efektīvi. Parasti šādas drošības sistēmu pārbaudes regulāri tiek veiktas lidostās. Efektīvam riska menedžmentam M. Debenheims un D. Hatčinsss iesaka vairākus variantus:

- Ignorēt riska faktorus un paļauties, ka nekas kritisks nenotiks. Ja risks tomēr materializējas un uzņēmuma spēkos nav krīzi novērst, kā viens no variantiem ir ļauties notikumu attīstībai. Pateicoties tam, ka ASV atsevišķos štatos apdrošināšanas izmaksas ir pietiekami augstas, ir ne mazums organizāciju, kas adaptē arī šādu stratēģiju virknei atsevišķu risku. Galvenokārt tas attiecas uz riskiem, kas saistīti ar atsevišķiem produktiem.
- Dalīt risku ar citiem. Parasti kompānijas dala risku faktorus ar piegādātājiem. Obligāta ir partneru vienošanās par risku sadalījumu un soda sankcijām saistību neizpildes gadījumā.
- Transformēt risku nosacītai trešajai pusei – proti, apdrošināt riskus. Apdrošināšanas izmaksu lielums izriet no riska novērtējuma. Taču šeit jāreķinās, ka, piemēram, nelaiemes gadījumā, pieprasītā kompensācijas summa no cietušo puses var būt krietni vien augstāka nekā reālā apdrošināšanas prēmija. Ja prēmijas limits ir izsmelts, jāvienojas par jaunu apdrošināšanas summu, kas jaunajos apstākļos būs krietni vien augstāka, jo tiek piemērota augstāka riska kategorija.
- Reducēt riskus, izmantojot pastiprinātu riska menedžmentu. Tas ietver kvalitātes garantijas, riska analīzi, FMEA un citas metodes. Priekšrocība ir tā, ka iepriekš izdarītie mērījumu rezultāti var tikt pielietoti arī praksē gadījumā, ja risks materializējas.
- Pārtraukt visas aktivitātes, kas rada reālus riska draudus. Piemēram, apstādināt kāda produkta ražošanu, ja ir apzināts augsts tā riska līmenis. Šāda prakse

raksturīga farmaceitiskām kompānijām, kad tiek izņemtas no ražošanas un apgrozījuma atsevišķas medikamentu produktu līnijas.<sup>57</sup>

8.1.tabula

**Pasākumu plāns, kas samazinātu riska iespējamību un mazinātu zaudējumus riska faktoru iestāšanās gadījumā<sup>58</sup>**

Riska veidi	Pasākumi
Tirgus risks	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nepārtraukti pētīt tirgu, sekot līdzi tirgus konjunktūrai (cenu svārstībām, pieprasījuma un piedāvājuma izmaiņām);</li> <li>• sekot līdzi konkurentu darbībai, patērētāju vajadzībām, vērtību maiņai;</li> <li>• uzlabot savu pakalpojumu kvalitāti, ieviest jauninājumus, piedāvāt jaunus pakalpojumus.</li> </ul>
Pakalpojumu risks	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nozaru pareiza izvēle;</li> <li>• sadalīt risku, sniedzot dažādu veidu pakalpojumus vai izvēloties vairākas nozares;</li> <li>• pārbaudīt iepirkto izejvielu kvalitāti, ievērot optimālus to uzglabāšanas apstākļus;</li> <li>• sekot līdzi tehnikas stāvoklim, laicīgi novērst tās trūkumus.</li> </ul>
Finanšu risks	<ul style="list-style-type: none"> <li>• izmantot īstermiņa kredītus — overdraftu;</li> <li>• daļu līdzekļu ieguldīt ātri realizējamos vērtspapīros, veidot finansu rezerves;</li> <li>• iestāties krājaizdevu sabiedrībās, kooperatīvos;</li> <li>• sekot līdzi saimniecības naudas plūsmai.</li> </ul>

<sup>57</sup> Valērijs Praude „Kā izstrādāt biznesa plānu , praktiskie padomi un piemēri”, Rīga 2003; 33 – 34. lpp. Risks un apdrošināšana.

<sup>58</sup> Autore izveidota tabula

Cilvēciskā faktora risks	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sadarboties ar vairākiem piegādātājiem un pircējiem;</li> <li>• paredzēt jebkura darbinieka aizstāšanas un nomaies iespēju (iesaistot savas ģimenes locekļus);</li> <li>• veidot spēcīgu, uzticīgu darbinieku "komandu".</li> </ul>
Dabas kaastrofas, nelaiemes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• izmantot gan obligāto, gan brīvprātīgo apdrošināšanu (apdrošināt īpašumu, veselību, dzīvību, mantiskās un nemantiskās tiesības, intereses un saistības).</li> </ul>
Izmaiņas valsts ekonomikā, politikā un likumdošanā	<ul style="list-style-type: none"> <li>• veidot rezerves fondu;</li> <li>• sekot līdzi visam jaunajam, kas notiek valsts ekonomikā, politikā un finanšu sfērā.</li> </ul>

5.6.tabula

**Risku novērtējums un to samazināšanas pasākumi<sup>59</sup>**

<b>Riska veids</b>	<b>Riska cēloņi</b>	<b>Riska faktori</b>	<b>Zaudējumi no riska</b>	<b>Riska zona</b>	<b>Riska samazināšanas</b>
Cenu pieaugums	Inflācija	Ekonomiskā situācija valstī	Peļņas samazināšanās	Paaugstināta	Plānošana un prognozēšana
Iekārtu bojājums	Iekārtas nolietojums	Iekārtu nepareiza lietošana	Peļņas samazināšanās	Paaugstināta	Iekārtu kārtējā pārbaude
Apdrošināmo līdzekļu nepietiekamība	Cenu pieaugums	Ekonomiskā situācija valstī	Peļņas samazināšanās	Minimāla	Plānošana un prognozēšana
Neparedzētie izdevumi	Inflācija	Ekonomiskā situācija valstī	Peļņas samazināšanās	Paaugstināta	Plānošana un prognozēšana
Likumdošanas izmaiņas	Jauna likuma pieņemšana	Ekonomiskā situācija valstī	Peļņas samazināšanās	Minimāla	Plānošana un prognozēšana

<sup>59</sup> Autore izveidota tabula

Darba algas nepietiekamais līmenis	Nav iecerēti ieņēmumu	Ekonomiskā situācija valstī, pircēju maksātspēja	Peļņas samazināšanās	Minimāla	Tirgus pētīšana
Patērētāju maksātspēja	Uzņēmums palielina cenas	Ekonomiskā situācija	Peļņas samazināšanās	Minimāla	Klientu finanšu stāvokļa
Nodokļu pieaugums	Valsts grib palielināt budžeta ieņēmumus	Ekonomiskā situācija valstī	Peļņas samazināšanās	Minimāla	Plānošana un prognozēšana
Produktu nesavlaicīga piegāde	Neparedzamo situāciju rašanās	Transporta bojājums	Peļņas samazināšanās	Minimāla	Plānošana
Negodīgi darbinieki	Maza alga	Ekonomiskā situācija	Peļņas samazināšanās	Minimāla	Darbinieku darbu pārbaude
Atkarība no piegādātājiem	Nav citu alternatīvu	Ekonomiskā situācija valstī	Peļņas samazināšanās	Minimāla	Piegādātāju izpēti un analīze
Ugunsgrēks	Darbinieki neievēro darba drošības noteikumus	Slikta darba organizēšana	Peļņas samazināšanās	Minimāla	Organizēt darba drošības pasākumus / apdrošināt risku

Tabulās 8.1. un 8.2. izskatītos iespējamajos riskus, problēmas un to negatīvās sekas Sabiedrība risinās pēc saviem ieskatiem balstoties uz savām profesionālajām zināšanām un uz profesionālu speciālistu padomiem un ieteikumiem.

Problēmas ir bijušas un vienmēr būs. Tāpēc ir ļoti svarīgi tās apzināties un pielikt visas pūles to risināšanā jau to sākuma stadijā. Sporta kluba darbība tiks izvērtēta katru ceturksni, bet nepieciešamības gadījumā arī biežāk.

Katram riskam tika noteikta varbūtība 1 reizi gadā. SIA „Silvesters” nolēma apdrošināties aptuveni ceturtajā gadā pēc darbības uzsākšanas, kad uzņēmumam noteikti būs uzkrātie naudas līdzekļi un būs jēga apdrošināt.

- Finansiālais risks:

Ir saistīts ar naudas kustību. Savlaicīga līdzekļu piešķiršana un nepārtraukta informācijas saņemšana par uzņēmuma finansiālo stāvokli, pareiza līdzekļu sadalīšana;

- Mehāniskais risks:

Ir saistīts ar tehniskiem bojājumiem un ugunsgrēku. Tehniskas iekārtas periodiskā pārbaude, vecas tehnikas savlaicīga nomaina, apdrošināšana;

- Tirgus risks:

Ir saistīts ar cenu izmaiņām tirgū, inflāciju un konkurences izmaiņām. Savlaicīgas, pilnīgas un precīzas informācijas saņemšana par izmaiņām tirgū un konkurentiem palīdzēs izvairīties no šī riska;

- Konkurence:

Pirmais un arī pats lielākais risks mums ir saistīts ar konkurentiem. Taču no šā riska veida sporta klubs izvairīsies ņemot vērā to, ka SIA „Silvesters” atrašanās vieta ir izdevīgākā vietā nekā konkurentiem. Sporta kluba cenas arī būs zemākas nekā pārējiem. Kā arī trenāžieri ir jaunāki, un pakalpojumu kvalitāte būs augstāka nekā konkurentiem;

- Juridiskais risks:

Ir saistīts ar izmaiņām likumdošanā. Savlaicīga un nepārtraukta informācija saņemšana par izmaiņām likumdošanā un jurista konsultāciju saņemšana;

- Cilvēciskā faktora risks:

Ir saistīts ar cilvēka kļūdām, slimībām utt. Iekšējas darba disciplīnas ievērošana, personāla informētība par to, iekšēja kontrole, personāla rezervju eksistēšana un optimāla darba grafika plānošana;

- Klientu maksātspējas pazemināšanās:

Sporta klubam būs paredzētas atlaides iegādājoties abonementus. Sliktākajā gadījumā SIA „Silvesters” samazinās pakalpojumu cenu;

- Īslaicīga darba nespēja darbiniekiem.

Ja, piemēram, saslimst treneris, būs rezerves speciālists kurš vajadzības gadījumā spēs aizvietot saslimušo treneri. Ja apkopēja nespēj iziet darbā viņas funkcijas uz to laiku uzņemas treneris papildus par to saņemot algas pielikumu;

- Nodokļu likmju pieaugums:

Pieaugot nodokļiem būs paaugstinātās pakalpojumu cenas, bet arī būs piedāvātas atlaides.

Riskus ir nepieciešams ne tikai apzināt, bet arī novērtēt. Galvenokārt tas vajadzīgs tādēļ, lai varētu salīdzināt pēc lieluma dažādus riskus. Pēc risku novērtējuma izveides, uzņēmums noteiks riska līmeņus un riska koeficientu, kura lielums būs seku kritērija un varbūtības kritērija reizinājums. Uzņēmuma pirmajā darbības gadā riska vadībā tiks izmantota koeficientu metode, jo risku statistiskai un ekspertu metodei ir nepieciešami iepriekšējā gada dati, notikumi un informācija, lai varētu salīdzināt un izveidot risku novērtējumu. Līdz ar to vispiemērotākā būs koeficientu metode, to parāda 8.3. tabula

5.7.tabula

#### SIA „Silvesters” riska līmeņa noteikšana 2013.gadā<sup>60</sup>

Nr. p.k.	Riska veids	Seku kritērijs	Varbūtības kritērijs	Riska koeficients
1.	Finansiālais risks	4	4	12
2.	Mehaniskais risks	3	3	9
3.	Tirgus risks	2	2	4
4.	Konkurences risks	3	2	6
5.	Juridiskais risks	2	2	4
6.	Cilvēciska faktora risks	3	4	12
7.	Klientu maksātspējas paaugstināšanas	4	5	20
8.	Īslaicīga darba nepēja	4	4	16
9.	Procentu likmju risks	3	2	6

Augsts riska koeficients būs. Klientu maksātspējas paaugstināšanas risks 20 un īslaicīgas darba nespējas risks 16, ka arī cilvēciska faktora risks 12.

Veicot risku identifikāciju, izveidojot risku profilu un nosakot riska varbūtību, uzņēmumam tiks izveidota riska karte, kura ļaus vieglāk pieņemt lēmumus par riskiem, piemēram, kuram riskam ir jāpievērš lielāka uzmanība un kuru risku var atstāt mazāk pamanītu. Risku nozīmība tiks noteikta balsoties uz riska karti, kas redzama 8.4. attēlā.

<sup>60</sup> Autores izveidots

SIA "Silvesters" riska karte<sup>61</sup>

<b>Varbūtība</b>	<b>5</b>				<b>7;</b>
	<b>4</b>			<b>6;</b>	<b>1;8;</b>
	<b>3</b>			<b>2;</b>	
	<b>2</b>		<b>3;5;</b>	<b>4;9;</b>	
	<b>1</b>				
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
	<b>Sekas</b>				

Riska kartē riski ir izvietoti pēc riskam piešķirtā numura riska profilā, un kā to parāda 8.4. tabula, tad vienlīdz liela uzmanība jāpievērš finansiālajam riskam, tirgus riskam, klientu maksātspējas riskam konkurences riskam.

Klientu maksātspējas risks, ir viss bīstamākai, jo ja Alūksnes iedzīvotāji, noteikto iemeslu dēļ paliks bez iztikas līdzekļiem vai arī iedzīvotāju ienākumu līmenis samazināsies, tad nav izslēgts ka iedzīvotāji atteiksies no sporta kluba pakalpojumiem vai arī samazinās to apmeklējuma intensitāti.

Latvijā ir vairāki uzskatāmi piemēri, kas liecina, ka savlaicīgi nenovērtēti riska faktori radījuši uzņēmumam ne tikai nopietnus materiālos zaudējumus vai pat noveduši to līdz bankrotam, bet arī iedragājuši klientu uzticību nozarei. Uzņēmumā vienmēr pastāvēs arī tāda iespējamība, ka labākie personāla darbinieki var tikt pārvilināti uz konkurējošo kompāniju. Tas var apdraudēt uzņēmumus, kuru bizness balstās uz intelektuālo potenciālu.

Starptautiskajā praksē tiek pielietotas dažādas riska novērtējuma tehnikas. Lai paredzētu augstas varbūtības riskus, tiek izmantotas galvenokārt divas metodes- FMEA (failure modes, and effect analysis) – iespējamā kļūdu seku analīze un FTA (fault tree analysis) – sazarotā kļūdu analīze. Šīs mērījumu metodes ir diezgan līdzīgas, un var ietvert sevī prāta vētras, salīdzinošās diagrammas u.c. tehnikas.

Risku analīze iespējama, balstoties arī uz testēšanas metodi, un tā galvenokārt piemērojama produkta testēšanai vai apkārtējās vides stāvokļa novērtēšanai. Atkarībā no testu rezultātiem

<sup>61</sup> Autore izveidots

attīsta turpmākās riska aizsardzības un reducēšanas stratēģijas. Riskus ir nepieciešams ne tikai apzināt, bet arī novērtēt. Galvenokārt tas vajadzīgs tādēļ, lai varētu salīdzināt pēc lieluma dažādus riskus. Pēc risku novērtējuma izveides, uzņēmums noteiks riska līmeņus un riska koeficientu, kura lielums būs seku kritērija un varbūtības kritērija reizinājums.

## Izmantotās literatūras un avotu saraksts

1. Latvijas Republikas komerclikums (spēkā ar 01.01.2002.).
2. Latvijas Republikas likums Par Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistru (stājas spēkā 23.03.2005.).
3. Alsiņa R. Mācies plānot. Biznesa plāna pamati, Rīga. 2005;.-215. Lpp.
4. Barovs P. Biznesa plāni: kā tos uzrakstīt un īstenot, Rīga: Iespēju novērtēšana, 2008.- 341. lpp.
5. Blaits D. Mārketings rokasgrāmata, Rīga: Zvaigzne ABC, 2004.- 284.lpp.
6. Caurkubule Ž., Višņevska A. Marketinga pamati, Rīga: SIA Merkūrījs LAT, 2006.- 175. lpp.
7. Korsaka T., Raņķevica V. Ievads grāmatvedībā, Rīga: Latvijas Komerčbanku asociācija Konsultāciju un mācību centrs, 2006.- 236. lpp.
8. Mārketinga pamati, Rīga: Jumava biroja sērija, 2002.- 351. Lpp.
9. Niedrītis J. Ē. Mārketings - trešais pārstrādātais, papildinātais izdevums, Rīga: SIA Biznesa augstskola Turība, 2005.-124. Lpp.
10. Patens D. Kā veidot mārketingu, Rīga: SIA Lietišķais informācijas dienests, 2009.- 261. lpp.
11. Praude V. Kā izstrādāt biznesa plānu , praktiskie padomi un piemēri, Rīga. 2003.- 264. lpp.
12. Praude V., Šalkovska J. Mārketinga komunikācijas, Rīga: Vaidelote, 2005.- 484. lpp.
13. Saksonova S. Uzņēmuma darbības plānošanas paņēmieni, Rīga. 2004.-175lpp.
14. Sīgels Ē. Biznesa plāna ceļvedis,Rīga: Uzbūves shēma, 1994.-285. lpp.
15. Vestvuds D. Kā rakstīt mārketinga plānu, Rīga: Zvaigzne ABC, 2008.- 127 lpp.
16. <http://www.ekros.lv/>(skatīts 2012.g. 22.novembrī).
17. [http://www.fm.gov.lv/?lat/gramatved\\_politika/latvijas\\_gramatvedibas\\_standarti](http://www.fm.gov.lv/?lat/gramatved_politika/latvijas_gramatvedibas_standarti)(skatīts 2012.g. 20. Novembrī).
18. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=68294> [skatīts 2012.g. 19.novembri].
19. <http://www.lvportals.lv/?menu=doc&id=195118>, - 2012. – 14. Marts [skatīts 2012.g. 30.novembrī].
20. <http://www.macies.celotajs.lv/>, - 2012. – 22. maijs. [skatīts 2012.g. 29.novembī].
21. <http://www.optimus.lv/> [skatīts 2012.g. 29.novembī].
22. <http://www.rantzows.lv/> [skatīts 2012.g. 29.novembī].
23. Latvijas grāmatveibas standarts Nr. 7 „Pamatlīdzekļi”, [skatīts 2012.g. 19.novembri].Pieejams: <http://www.likumi.lv/doc.php?id=124600>

24. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Datu bāzes internetā. Veselības aprūpe un sports, [skatīts 2012.g. 19.novembrī]. Pieejams: <http://www.csb.lv/>
25. Latvijas Republikas ekonomikas ministrijas mājas lapa: <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=10695> MVK definīcija. [skatīts 2012.g. 1.decembrī].
26. Latvijas Republikas Finanšu ministrijas mājas lapa. Latvijas grāmatvedības standarti: [http://www.fm.gov.lv/?lat/gramatved\\_politika/latvijas\\_gramatvedibas\\_standarti](http://www.fm.gov.lv/?lat/gramatved_politika/latvijas_gramatvedibas_standarti) Latvijas Vēstneša portāls: Īstais laiks sākt biznesu - [Elektroniskais resurss], [skatīts 2012.g. 1.decembrī].Pieejams: <http://www.fm.gov.lv/>
27. Mērķi uzņēmējdarbībā: Teorētiskā ievirze uzņēmējdarbības uzsākšanai- [Elektroniskais resurss], [skatīts 2012.g. 27. Novembrī]. Pieejams: <http://www.polsis.mk.gov.lv/>
28. [www.csb.gov.lv/notikumi/par-majsaimniecibu-paterina-izdevumiem-32046.html](http://www.csb.gov.lv/notikumi/par-majsaimniecibu-paterina-izdevumiem-32046.html) [skatīts 2012.g. 1.decembrī].
29. [www.vid.gov.lv](http://www.vid.gov.lv) [skatīts 2012.g. 1.decembrī].

# Pielikumi

**SIA „Sivesters” aptaujas anketa****APTAUJA****Sveicināti!**

Latvijas Universitātes studente veic aptauju par to, vai Alūksnes pilsētā ir nepieciešams sporta klubs ar iespēju apmeklēt trenažieru zāli un aerobikas nodarbības un lai noskaidrotu sporta kluba iespējamus klientus. Lūdzam Jūs piedalīties šajā aptaujā un izteikt savu viedokli. Anketa ir anonīma un aptaujas rezultāti tiks izmantoti apkopotā veidā.

Uzmanīgi izlasiet piedāvātos jautājumus un atbilžu variantus. Izvēlieties Jums visatbilstošāko atbildi un apvelciet ar aplīti. Ja neviens no piedāvātajiem atbilžu variantiem Jums šķiet nepieņemams, lūdzu, ierakstiet norādītajā vietā savu atbildi.

**1. Kā Jūs uzskatāt, vai Alūksnes pilsētā ir nepieciešams sporta klubs ar iespēju apmeklēt trenažieru zāli un aerobikas nodarbības?**

- a) jā
- b) nē
- c) nezinu
- d) cits variants \_\_\_\_\_

**2. Vai Jūs izmantotu iespēju apmeklēt šo sporta klubu?**

- a) jā
- b) nē
- c) nezinu
- d) cits variants \_\_\_\_\_

**3. Ar kādu mērķi Jūs apmeklētu sporta klubu?**

- a) formas uzturēšanai
- b) figūras veidošanai
- c) muskulatūras trenēšanai
- d) labsajūtas uzlabošanai
- e) visi piedāvātie varianti
- f) cits variants \_\_\_\_\_

**4. Kuru no piedāvātajiem pakalpojumiem Jūs izmantotu?**

- a) trenažieru zāli
- b) aerobikas nodarbības
- c) abus
- d) nevienu

**5.Vai Jūs izmantotu sporta kluba mēneša abonementu ar atlaidi?**

- a) jā
- b) nē
- c) nezinu
- d) cits variants \_\_\_\_\_

**6.Cik bieži Jūs apmeklētu sporta klubu?**

- a) katru dienu
- b) 3 reizes nedēļā
- c) 2 reizes nedēļā
- d) 1 reizi nedēļā
- e) cits variants \_\_\_\_\_

**7.Kādā darba laikā Jūs apmeklētu sporta klubu?**

- a) 12.00 – 14.00
- b) 14.00 – 16.00
- c) 16.00 – 18.00
- d) 18.00 – 20.00
- e) cits variants \_\_\_\_\_

**8.Jūsu vecums \_\_\_\_\_**

**9.Jūsu dzimums:**

- a) sievietē
- b) vīrietis

**10.Jūsu vai jūsu ģimenes mēneša vidējie ienākumi?**

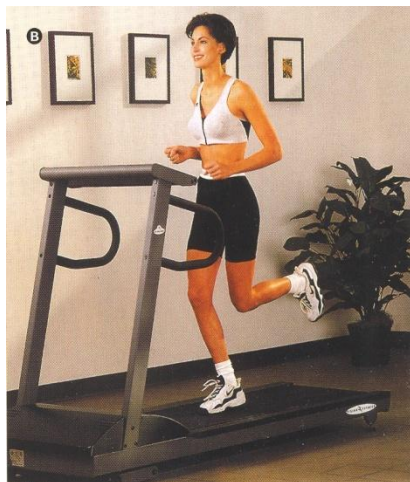
- a) līdz 200Ls
- b) 250 – 300Ls
- c) 300-400Ls
- d) virs 400Ls

**11.Jūsu sociālais statuss:**

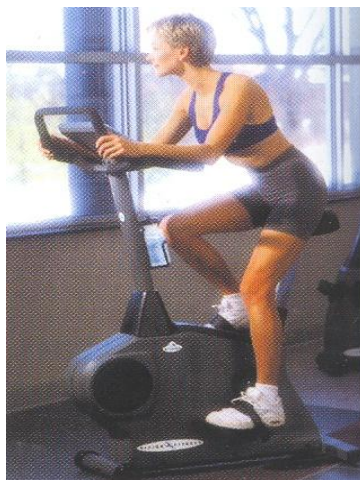
- a) strādājošais
- b) students
- c) skolnieks

**PALDIES PAR ATSAUCĪBU!**

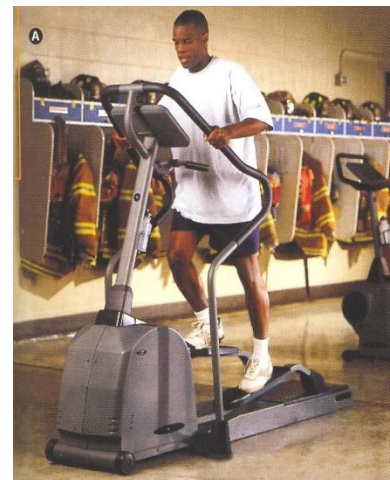
SIA „Silvesters” trenāžieru klāsts



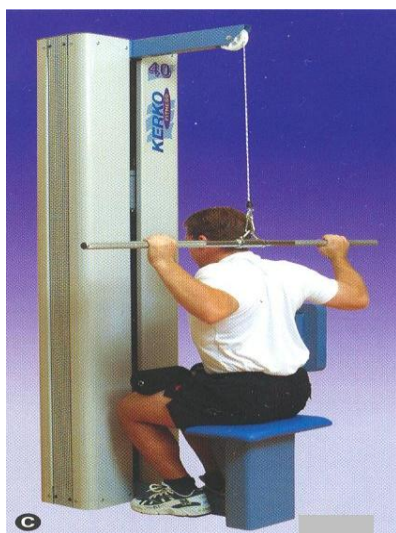
Skrejceļiņš Vision Fitness T8600



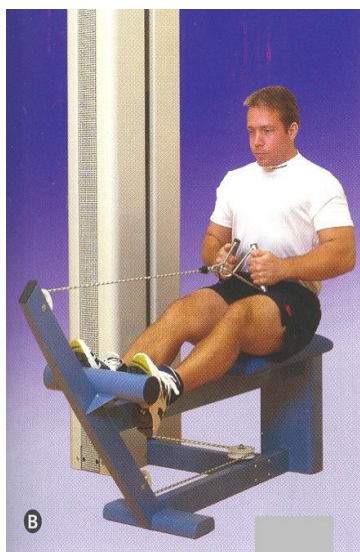
Cykel Vision Fitness 3600



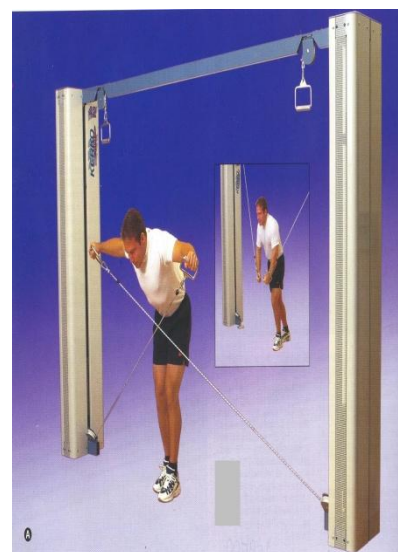
Eliptical Vision Fitness X6600



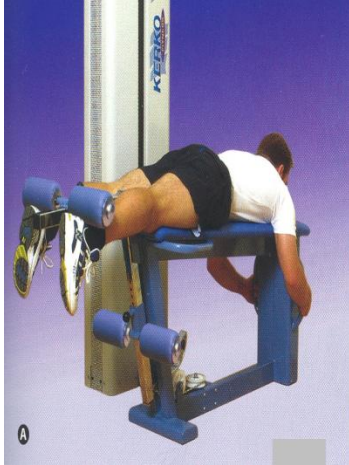
Kerko 40, trenāžieris



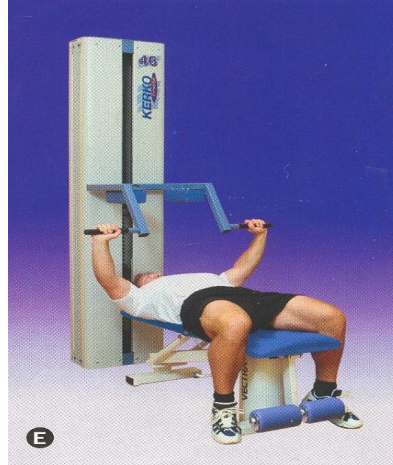
Kerko 41, airēšanas sēdtrenāžieris



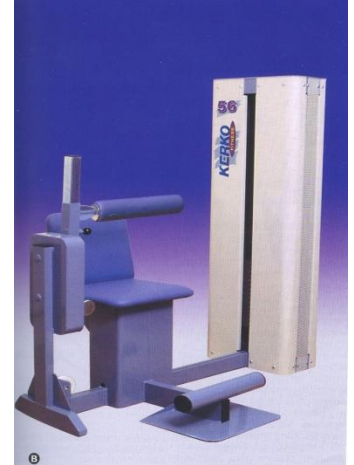
Kerko 42, krusteniskais trenāžieris



Kerko 43, kombinēts

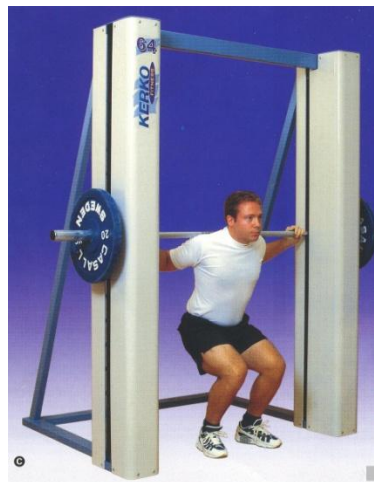


Kerko 46, sols un plecu trenāžieris



Kerko 56,  
vēdera preses trenāžieris

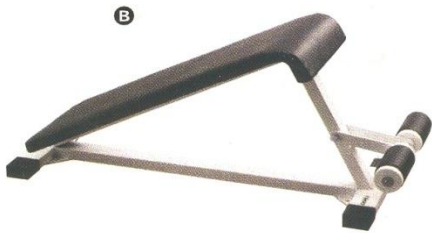
kāju un augšstilbu trenāžieris



Kerko 64, Smith trenāžieris



Muguras treniņšols



Vēdera preses treniņšols



Treniņšols

## SIA „Silvesters” aptaujas anketu rezultātu apkopojums

Jautājums Nr. Atbilžu variants	1 (a-d)	2 (a-d)	3 (a-f)	4 (a-d)	5 (a-d)	6 (a-e)	7 (a-e)	8 (gadi)	9 (a-b)	10 (a-d)	111 (a-c)
a)	38	32	24	23	22	1	0	-	21	3	<b>20</b>
b)	0	4	21	4	3	30	2	-	21	7	<b>15</b>
c)	3	4	8	12	14	6	14	-	-	15	<b>10</b>
d)	1	2	10	2	0	5	30	-	-	16	-
e)	-	-	6	-	-	0	2	-	-	-	-
f)	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
16-20 g.	-	-	-	-	-	-	-	14	-	-	-
21-25 g.	-	-	-	-	-	-	-	14	-	-	-
26-30 g.	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-
31-35 g.	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-
36-40 g.	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-
41-45 g.	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-
46-50 g.	-	-	-	-	-	-	-	<b>2</b>	-	-	-

SIA „Silvesters” atrašanās vieta Alūksnē

