

LATVIJAS UNIVERSITĀTE

DIPLOMDARBS

RĪGA 2007

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
EKONOMIKAS UN VADĪBAS FAKULTĀTE

UZŅĒMUMA „X” SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS ANALĪZE

DIPLOMDARBS

Autors: Profesionālo studiju programmas
Finanšu menedžments 5.kursa PLK studente
Inta Prikņa
Stud. apl. Nr. EKFM 020100

Darba vadītājs: Dr.ekon., docente Svetlana Saksonova

RĪGA 2007

Saturs

Anotācija.....	4
Ievads	7
1.Organizācijas vides būtība.....	9
1.1.Tieši ietekmējošā ārējā vide.....	9
1.2.Netieši ietekmējošā ārējā vide	19
2.Finanšu analīzes teorētiskie aspekti.....	27
2.1 Finanšu vadības mērķi un uzdevumi	27
2.2.Uzņēmuma finanšu pārskata nozīme un sastādīšanas principi.....	31
2.3. Analīzes informatīvā bāze	34
2.4 Finanšu pārskata ekspresanalīze	35
2.5 Finanšu pārskatu horizontālā un vertikālā analīze.....	38
2.6 Finanšu pārskatu koeficientu analīze.....	39
2.7 Bankrota diagnostika	48
2.8 Apgrozāmā kapitāla teorētiskās analīzes nosacījumi	50
3.Uzņēmuma „X” finanšu analīze	58
3.1. Darbības raksturojums	58
3.2. Tirdzniecības izpēte	58
3.3. Rādītāju analīze	59
3.3.1.Rentabilitātes analīze	60
3.3.2.Likviditātes rādītāji.....	62
3.3.3.Aktivitātes rādītāji (aprites koeficienti).....	64
3.3.4.Maksātspējas rādītāji	68
3.4.Uzņēmuma kapitāla struktūras analīze	69
3.5.Uzņēmuma bilances (absolūto, relatīvo, atkāpes) salīdzināšana.....	70
3.6.Uzņēmuma finanšu rādītāju salīdzināšana ar vidējiem rādītājiem Latvijā.....	73
Secinājumi un priekšlikumi.....	75
Izmantotās literatūras un avotu saraksts	79
Pielikumi.....	80
Galvojums.....	83

Anotācija

Diplomdarba nosaukums ir “Uzņēmuma “X” saimnieciskās darbības analīze”.

Uzņēmuma finansiālā stāvokļa novērtēšana ir pamats pareizai uzņēmuma vadīšanai un tā nākotnes perspektīvu nodrošināšanai, tādēļ autors nolēma izpētīt uzņēmuma finanšu situāciju un izstrādāt priekšlikumus tās uzlabošanai.

Darba gaitā teorētiskajā daļā apskatīti finanšu analīzes teorētiskie aspekti, kuri sastāv no finanšu pārskatu analīzes, finanšu koeficientu analīzes, bankrota diagnostikas, kā arī no apgrozāmo līdzekļu analīzes.

Praktiskajā daļā autors veica uzņēmuma gada pārskatu analīzi par 2002., 2003., 2004. un 2005. gadu novērtējot uzņēmuma finanšu stāvokļa izmaiņas analizējamo periodu laikā, un mēģinot noteikt to izmaiņu cēloņus, kā arī veica finanšu analīzi ar mērķi uzlabot un pilnveidot uzņēmuma finanšu darbību.

Turpinājumā autors veica uzņēmuma finanšu analīzi aprēķinot likviditātes, maksāspējas, aktivitātes un rentabilitātes rādītājus, veica bilances un peļņas vai zaudējumu aprēķina analīzi. Kā arī veica apgrozāmā kapitāla pārvaldības un naudas plūsmas analīzi un kontroli. Šajā nodaļā autors izteica piedāvājums finanšu situācijas uzlabošanai, kuru varētu izmantot analizētā uzņēmuma vadība turpmāko finanšu lēmumu pieņemšanā.

Diplomdarba apjoms ir 78 lapaspuses, tas sastāv no 3 nodaļām un 15 apakšnodalām. Darbā ir izmantotas tabulas, attēli un formulas.

Annotation

The title of the diploma work is “Analyse of company „X” activity.

The assessment of financial situation of the enterprise is the basis of its right management and provision of future perspectives, therefore the author decided to research the financial situation of the enterprise and to work out suggestions for improvement.

The theoretical aspects of financial analysis are surveyed in the theoretical part and it consists of analysis of financial statements, analysis of financial coefficients, diagnostics of bankruptcy, as well as the analysis of cash flow.

In practical part the author carries out the analysis of annual reports of the years 2002.,2003.,2004.and 2005., evaluating the changes of financial position during the period of analysis and trying to determine the reasons of changes, as well as fulfills the financial analysis aimed to improve and upgrade the financial activities of the enterprise.

In continuation the author performs the financial analysis of the enterprise, calculating the indices of liquidity, paying capacity, activity and profitability, and carries out the horizontal and vertical analysis of calculation of balance and profit or losses. As well as fulfils the analysis and control of circulating capital management and cash flow. In this part the author gives his suggestions of improvement of financial situation, what could be used by the head of the analysed enterprise in order to make the further financial decisions.

The amount of the diploma work is 78 pages, consisting of 3 parts and 15 subdivision . Tables, pictures and formulas are used in this work

Анотация.

Название дипломной работы «Анализ хозяйственной деятельности предприятия Х».

Оценка финансового положения предприятия является основанием для правильного управления предприятием и обеспечения дальнейшей перспективы, поэтому автор решил изучить финансовую ситуацию предприятия и выработать предложения для ее улучшения.

В результате проделанной работы в теоретической части рассмотрены теоретические аспекты финансового анализа, которые состоят из отчета финансового анализа, анализа финансового коэффициента, диагностики банкротства, также из анализа оборотных средств.

В практической части автор приводит анализ годового отчета предприятия за 2002, 2003, 2004, и 2005 года оценивая изменения финансового положения предприятия за анализируемый период, и пытаясь также провести финансовый анализ с целью улучшения и усовершенствования финансовой деятельности предприятия.

В продолжении автор проводит финансовый анализ предприятия производя расчеты ликвидности, окупаемости, активности и показателей рентабельности, производя расчетный анализ баланса и прибыли. Также произвести оборот управленческого капитала и денежного потока анализ и контроль. В этом разделе автор высказывает свои предложения по улучшению финансовой ситуации, которые могут быть использованы для дальнейшего управления анализируемого предприятия и принятия финансовых решений.

Объем дипломной работы составляет 78 страниц, которые состоят из 3 глав и 15 разделов. В работе использованы таблицы, изображения и формулы.

Ievads

Diplomdarba rakstīšanai ir izvēlēts temats “Uzņēmuma „X” saimnieciskās darbības analīze.” Pēdējos desmit gados Latvijas teritorijā strauji attīstās visāda veida uzņēmējdarbība. Uzņēmējdarbības attīstībai labvēlīgas vides nodrošināšana ir viena no vadības prioritātēm. Trešās tūkstošgades sākumā mūsu uzņēmēji un topošie biznesmeņi ir sapratuši, ka uzņēmuma veiksmīga darbība nav atkarīga tikai no viņu personīgajām uzņēmējspējām, bet arī no liela daudzuma faktoru, kuri veido uzņēmuma vidi. Ļoti svarīgi ir izpētīt šo vidi pirms uzņēmējdarbības uzsākšanas un arī visu laiku sekot tās izmaiņām. Jebkura uzņēmējdarbība ir saistīta ar *risku*, tas nozīmē, ka veicot jebkuru pasākumu, jāapzinās, ka to pavadīs ne tikai panākumi, bet var pat sākties cīņa tikai par izdzīvošanu. Uzņēmējdarbības veiksmīgas funkcionēšanas svarīgākais nosacījums ir uzņēmuma spēja pielāgoties iekšējiem un ārējiem apstākļiem. Savukārt visi šie iekšējie elementi ir cieši saistīti ar ārējās vides elementiem. Šo iekšējo un ārējo faktoru kopums ir organizācijas vide.

Galvenās problēmas uzņēmējdarbības attīstībā ir zema Latvijas uzņēmumu konkurent spēja, nepietiekošas zināšanas, lai sekmētu progresīvo biznesa ideju un tehnoloģiju pārņemšanu un ieviešanu, nepietiekoši finanšu resursi uzņēmējdarbības attīstībai, uzņēmējdarbību ne pārāk veicinoša nodokļu sistēma un administrēšana, lielas izmaksas kvalitātes sistēmas un standartu ieviešanai, likumdošanas nesakārtotība un daudz birokrātisko šķēršļu.

Uzņēmums „X” ir alkoholisko dzērienu ražotājs Latvijā. Uzņēmums ir moderns un stabils uzņēmums ar plašām attīstības perspektīvām Pareiza līdzekļu un to avotu novērtēšana un pārvaldīšana ir svarīgs faktors, lai uzņēmums sasniegtu labākus rezultātus augstas konkurences apstākļos, līdz ar to ir nepieciešams izpētīt uzņēmuma ”X” darbības situāciju. Tādēļ autors ir nolēmis izanalizēt uzņēmuma saimnieciskās darbības situāciju un izstrādāt priekšlikumus tās uzlabošanai.

Diplomdarba mērķis ir izpētīt uzņēmuma „X” ārējo un iekšējo vidi ietekmējošos faktorus, uz teorētisko un praktisko materiālu pamata veikt uzņēmuma “X” finansiālo analīzi, atklāt trūkumus, nepilnības, problēmas un tā rezultātā izdarīt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus par uzņēmuma “X” finansiālā stāvokļa uzlabošanu.

Pamatojoties uz diplomdarba mērķi, tiek izvirzīti sekojoši risināmie uzdevumi:

- Apkopot teorētisko materiālu par finanšu analīzi;
- Izanalizēt tieši ietekmējošos ārējās vides faktorus – piegādātājus, likumdošanu, sabiedriskās organizācijas, konkurentus un patērētājus;

- IZanalizēt netieši ietekmējošos ārējās vides faktorus – ekonomisko vidi, sociālkulturālās attiecības, valsts politiku, zinātnes un tehnikas progresu, kā arī starptautiskās attiecības;
- Balstoties uz finanšu koeficientiem veikt to analīzi;
- Veikt uzņēmuma finanšu koeficientu analīzi salīdzinājumā ar vidējiem rādītājiem Latvijā;
- Uz analīzes pamata izstrādāt priekšlikumus finanšu situācijas uzlabošanai un pilnveidošanai;

Diplomdarbs sastāv no 3 nodaļām un 15 apakšnodaļām. Pirmajā nodaļā tiek apskatīta tieši un netieši ietekmējošā ārējā vide. Otrajā nodaļā autors apkopo finanšu analīzes teorētiskos aspektus, kas tālāk palīdz analizēt uzņēmuma „X” saimniecisko darbību. Trešajā nodaļā autors izvērtē uzņēmuma konkurētspēju, lai noteiktu tā pozīciju tirgū un veic finanšu pārskatu analīzi, lai vieglāk izprastu uzņēmuma finansiālo darbību. Un balstoties uz aprēķinātiem finanšu koeficientiem spētu izanalizēt uzņēmuma saimniecisko stāvokli un varētu izvirzīt priekšlikumus finansiālās situācijas uzlabošanai.

Diplomdarba izstrādē galvenokārt ir izmantotas ekonomiskās, salīdzināšanas, grupēšanas un relatīvo lielumu aprēķināšanas analīzes metodes, kā arī ekonomiski matemātiskās pētīšanas metodes, lai būtu vieglāk salīdzināt rādītājus un izprast uzņēmuma finanšu stāvokli.

Diplomdarba pētījuma periods ir no 2002. gada sākuma līdz 2005. gada beigām. Pētījumu periods izvēlēts izmantojot pēdējos pieejamos finanšu pārskatu datus.

Pētot kursa darba tematu autors izmantoja speciālo literatūru, kas tieši saistīta ar finanšu darbības analīzi, kā arī internetu, Uzņēmuma Reģistra sniegto informāciju, Lursoft laikrakstu datubāzes, Leta datubāzēm, uzņēmuma finanšu pārskatus un publikācijas.

1. Organizācijas vides būtība

Jebkurš uzņēmums darbojas noteiktā vidē. Uzņēmuma vide nepārtraukti mainās, tāpēc uzņēmējam ne tikai jāizpēta organizācijas vide, bet arī visu laiku jāseko tās izmaiņām. No vides uztveršanas un piemērošanās konkrētai situācijai atkarīga uzņēmējdarbības efektivitāte. Piemēram, konkurentu spēju nenovērtēšana var novest pie tirgus zaudēšanas un organizācijas mērķu nesasniegšanas, bet savas organizācijas iekšējo elementu savstarpējo sakarību ignorēšana var radīt konfliktus un zaudējumus. Ir arī svarīgi ne tikai novērtēt vidi, bet arī prognozēt tās izmaiņas, lai tās nebūtu negaidītas.

Ārējā vide ir tie organizācijas funkcionēšanas nosacījumi un faktori, kas izveidojas samērā neatkarīgi no tās menedžmenta un var ietekmēt organizācijas darbību. Ārējās vides faktori ir savstarpēji saistīti. Tas nozīmē, ka viena faktora izmaiņas ietekmē arī citus faktorus.

Eksistē ļoti daudz ārējās vides faktoru, tāpēc arī pastāv vairākas to klasifikācijas pieejas. Vienas no plašāk izplatītākajām ir ārējās vides iedalījums:

- ✓ tieši ietekmējošā ārējā vide;
- ✓ netieši ietekmējošā ārējā vide. [8]

1.1. Tieši ietekmējošā ārējā vide

Piegādātāji. Organizāciju var uzskatīt par mehānismu, lai pārveidotu resursus par precī. Tāpēc tās darbība ir tieši atkarīga no resursu (materiālu, iekārtu, enerģijas, kapitāla un darbaspēka) piegādātājiem. Organizācijas menedžmenta tiešs uzdevums ir piegādātāju izvēle. Atlasi lietderīgi veikt pēc šādiem kritērijiem:

- ✓ cenas līmenis;
- ✓ apkalpošanas kvalitāte;
- ✓ piegādes drošība un ātrums;
- ✓ piegādātāja finansiālais stāvoklis;
- ✓ izvietojums;
- ✓ piegādāto izejvielu kvalitāte.

Ir situācijas, kad viena reģiona uzņēmumi iegādājas resursus no viena piegādātāja, par piemēru šai situācijai var kalpot elektroenerģijas piegāde. Parasti to iegādājas par valsts noteiktajām cenām. Šajā gadījumā var redzēt, ka situācija valstī, ekonomiskās izmaiņās tajā var būtiski ietekmēt organizāciju, tas liecina par faktoru savstarpējo saistību.

Ražošanas, tirdzniecības uzņēmumi ir vienmēr atkarīgi no nepārtrauktās materiālu piegādes. Nespēja piegādāt materiālus un preces laikā un nepieciešamā apjomā var sagādāt šiem

uzņēmumiem lielas problēmas. Ražošanas uzņēmuma darbība var uz laiku apstāties, ja noliktavā trūkst kāda nepieciešama materiāla vai detaļas, bet tirgotājs var pazaudēt savus klientus, ja tie neatradīs veikalā vajadzīgo preci. [12].

Kad uzņēmums ir izlēmis, kādas izejvielas un kādus materiālus ir nepieciešams iepirkt, jāveic piegādātāja izvēle.

Galvenie etapi:

➤ Potenciālā piegādātāja meklēšana:

- a) konkursa izsludināšana;
- b) reklāmas materiālu izpēte: firmu katalogi, sludinājumi masas informācijas līdzekļos, internetā utt.;
- c) izstāžu, gadatirgu apmeklēšana;
- d) sarakste un personīgie kontakti ar iespējamiem piegādātājiem.

Iepriekšminēto pasākumu rezultātā veidojas potenciālo piegādātāju saraksts.

➤ Potenciālo piegādātāju analīze.

Potenciālo piegādātāju saraksts tiek analizēts, par pamatu ņemot speciālus kritērijus, kuri ļauj īstenot nepieciešamo, vēlamu piegādātāju atlasī. Šādu kritēriju skaits var sasniegt vairākus desmitus. Vienlaicīgi darbojas arī ierobežojošie rādītāji – cena; piegādātā pakalpojuma, preces kvalitāte, kā arī piegāžu drošība, ko saprot kā spēju noteiktā termiņā izpildīt saistības; asortimentu; kvalitāti un piegādājamās produkcijas daudzumu.

Citi kritēriji, kuri jāņem vērā, izvēloties piegādātāju, ir:

- piegādātāja attālums līdz patērētājam;
- tekošo un ekstra pasūtījumu izpildes laiks;
- rezerves iespēju lielums;
- piegādātāja kvalitātes vadības sistēma;
- psiholoģiskais klimats pie piegādātāja (streiku iespējamība u.tml.);
- piegādātāja finansiālais stāvoklis, viņa kredītpēja.

Pēc potenciālo piegādātāju analīzes, izveidojas konkrētu piegādātāju saraksts, ar kuriem uzņēmums vēlētos sadarboties.

➤ Rezultātu novērtēšana darbam ar piegādātājiem.

Uz piegādātāju izvēli jūtamu iespaidu atstāj jau agrāko līgumdarbu izpilde (ja agrāk bijusi sadarbība). Tam izstrādā speciālu vērtējuma skalu, kas palīdz “izskaitļot” piegādātāja reitingu. Pirms reitinga izskaitļošanas ir nepieciešams veikt pērkamo darba priekšmetu grupēšanu.

Iepērkamās preces, izejvielas un materiāli nav vienādi no ražošanas vai realizācijas procesa skata punkta. Dažu detaļu piegādes neregularitāte var novest uzņēmumu līdz ražošanas procesa apturēšanai (jo nav preces realizācijai – neapmierināts pieprasījums, līdz ar to zūd tirgus un

uzņēmuma peļņa). Šajā situācijā kā galvenais piegādātāj izvēles kritērijs ir darba priekšmetu piegāžu drošība (ka piegādās laikā).

Ja no ražotāja viedokļa vai ražošanas procesa iepērkamie darba priekšmeti nav svarīgi, tad piegādātāja izvēlē svarīga loma būs izdevumi iegādei un piegādei.

Ja stājas saimnieciskos sakaros ar nezināmu partneri, uzņēmums pakļauj sevi riskam. Neregulāras un negodprātīgas piegādātāju darbības rezultātā ir iespējama ražošanas programmas neizpilde vai tieši finansiālie zaudējumi. Segt zaudējumus vienmēr ir grūtības. Līdz ar to uzņēmums meklē dažādus paņēmienus kā izbēgt no šādiem nedrošiem piegādātājiem. Rietumu uzņēmumi nereti izmanto speciālu aģentūru pakalpojumus, kuras sagatavo izziņas par piegādātājiem, t.sk. izmanto neformālus kanālus. Šīs izziņas var saturēt šādu piegādātāja finansiālā stāvokļa informāciju:

- likviditātes attiecība pret parādu summu;
- pārdošanas apjoma attiec. pret debitoru parādiem;
- tīrā peļņa pret realizācijas apjomu;
- naudas līdzekļu plūsma;
- krājumu apgrozījums.[11]

Vietējie uzņēmumi pašlaik izvēlas piegādātājus pamatojoties uz savu informāciju. Uzņēmumā, kuram ir daudz piegādātāju, ir izveidojies uzticamo, labi zināmo saraksts. Ar šiem uzņēmumiem var līgumā paredzēt priekšapmaksu. Ja uzņēmums nav šajā sarakstā, līgumā var paredzēt vairākus punktus, kas garantē finansu un citu interešu drošību.

Aplūkosim piemēru ar uzņēmumu „X”. Uzņēmums „X” vairs neiepērk spirtu no Jaunpagasts Plus. Iepriekš Jaunpagasts Plus uzņēmumam "X" piegādāja jēlspirtu, kurš uzņēmumā "X" tika rektificēts (attīrīts). Taču alkoholisko dzērienu ražošanas kompānijas rektifikācijas līnija kļuva nelietojama, kas prasīja lielas investīcijas. Tad uzņēmuma "X" vadība nolēma, ka izdevīgāk būs uzreiz iepirkt rektificētu spirtu. Ar lēmumu tika apstiprināts, ka nepieciešamo spirta rektifikātu turpmāk iepirks no Rīga Bestspirit. Patlaban gan nav īsti skaidrs, uz cik ilgu termiņu tas attiecas un vai gaidāmas vēl citas pārmaiņas.. Nevar apgalvot, ka spirts vairs nekad netiks pirkt no līdzšinējā lielākā sadarbības partnera Jaunpagasts plus. Uzņēmums „X” izvēli par labu Rīga Bestspirit pamatojis tieši ar tā ražotā spirta rektifikāta augstāku kvalitāti (būtiski zemāku kaitīgā metanola saturu), ko apliecinājusi neatkarīga pārbaude. Noprotams, ka abu spirta piegādātāju piedāvātās cenas bija līdzīgas [13].

Īpašu uzmanību uzņēmums pievērš veselībai bīstamo vielu daudzuma rādītājiem spirta rektifikātā, lai tie nepārsniedz noteiktās normas. Konkrēti runa ir par tādiem piemaisījumiem kā etilēnglikols un metanols. Piegādātāja izvēles pamatā bijusi izejvielu kvalitātes rādītāju analīze. Protams, lēmums par spirta iepirkšanu no vietējā ražotāja ir apliecinājums tam, ka uzņēmuma

“X” politika šajā jomā nemainās. Arī jauno pasūtījumu realizēšanai, galvenā izejviela - spirts - ir importēts no Krievijas, importēts ir arī iepakojums. Savukārt, izmantojot augstas kvalitātes tehnoloģijas, kādas ir uzņēmumā, un profesionālu darbinieku pieredzi, tiks nodrošināta starptautiskajiem standartiem atbilstoša produkta kvalitāte. [18].

Likumdošana. Tirgus ekonomikas apstākļos, kur valsts pārsvarā tieši neiejaucās uzņēmējdarbībā, pircēju un pārdēvēju, ražotāju un piegādātāju savstarpējās attiecības ir regulējamas ar dažādiem likumiem un noteikumiem. Katrai organizācijai ir noteikts juridiskais statuss, tā ir vai nu individuālais uzņēmums, vai akciju sabiedrība, vai sabiedrība ar ierobežotu atbildību, vai bezpeļņas uzņēmums. Uzņēmējam obligāti ir jāievēro likumi, jo likumsakarīgas sekas to neievērošanas gadījumā ir vai nu sodi vai arī darbības pārtraukšana. Likumdošanas sistēma, kas regulē uzņēmējdarbību jebkurā valstī, ir ļoti sarežģīta, bet tā arī raksturojas ar kustību un, dažkārt, ar nenoteiktību. Likumdošana atbalsta un veicina uzņēmējdarbību vai nosaka rīcības ierobežojumus, kuros uzņēmumam drīkst darboties. Šie ierobežojumi un nosacījumi ietekmē organizācijas darbību jau no dibināšanas brīža. Likumdošana ietekmē arī menedžmenta galvenās daļas: plānošanu, organizēšanu, motivēšanu un kontroli. [12].

Uzņēmuma „X” darbību galvenokārt ietekmē akcīzes nodoklis. Jāatzīst, ka akcīzes nodokļa likuma normas pamatā jau saskaņotas ar ES prasībām: Likumā paredzēts vajadzīgais likmju pieaugums, ieviesta atbilstīga likmju piemērošanas sistēma. Akcīzes nodoklis alkoholam jau šobrīd pārsniedz ES minimālās likmes. Kaut uzņēmēji izteikušies par nepieciešamību arī Latvijā samazināt alkohola akcīzes nodokli, šādu iespēju pagaidām izslēdz politisku apsvērumu dēļ, vēloties aizsargāt sabiedrību no veselības bojāšanas. Pie esošajām akcīzes nodokļa likmēm tiek bremsēta uzņēmuma „X” attīstība – pārāk lielas summas aiziet akcīzes nodokļa nomaksā, kas ievērojami var sadārdzināt produkcijas cenu [18].

Jau ilgāku laiku ir stājies spēkā grozījumi alkohola aprites likumā, kas paredz, ka naktīs no pulksten 22 līdz 8 valstī būs aizliegta alkohola mazumtirdzniecība. Turpmāk naktīs alkoholu varēs iegādāties tikai bāros, restorānos un klubos, kuros atbilstoši licencei atļauta alkohola pārdošana patērēšanai uz vietas. Tāpat aizliegums neattieksies uz beznodokļu veikaliem lidostās un ostās. [14].

Sabiedriskās organizācijas. Sabiedriskās organizācijas ir nākamais pastāvīgais uzņēmuma mikrovides elements. Tā ir jebkura pietiekami precīzi identificējama cilvēku grupa, kura izrāda reālu vai potenciālu interesi par uzņēmuma darbību un var arī zināmā mērā to ietekmēt. Katram uzņēmumam ir saikne ar tādu sabiedrības kategoriju, kuras intereses saskan ar uzņēmuma interesēm, piemēram, arodbiedrībām. Cita saistīta grupa ir organizācijas, kuras ir ieinteresētas uzņēmuma darbībā, bet neizrāda pozitīvu attieksmi pret to. Šeit varētu minēt presi.

Eksistē uzskats, ka presi nevar pieskaitīt pie sabiedriskajām organizācijām, jo preses izdevumi, izņemot valsts radio un televīziju, ir uzņēmumi, kuri dibināti un darbojas atbilstoši likumdošanai par uzņēmējdarbību. Bet analīzes atvieglošanas dēļ autors to pieskaita pie sabiedriskajām organizācijām.

Prese ir masu informācijas un komercinformācijas līdzeklis – avīzes, žurnāli, radio, televīzija. Presi dažkārt dēvē par “ceturto varu”, tā ar savu ietekmi atrodas starp valsts varu un sabiedrību, tā var veidot sabiedrības viedokli, paust valsts varas institūciju politiku, tomēr prese nevar veikt varas funkcijas un izmantot praksē pieņemtos varas veidus. Tas nozīmē, ka preses varai ir simboliskā nozīme, tomēr katram uzņēmumam ir nozīmīga preses attieksme pret tā darbību. Preses pozitīvā attieksme ir viena no svarīgākajām menedžmenta problēmām. Tāpēc lielie uzņēmumi veido speciālās funkcionālās nodaļas sakariem ar presi. Presei ir nozīmīga loma uzņēmējdarbības reklāmā, kuru var definēt kā komunikatīvo sakaru izpausmi kādas personas vai uzņēmuma uzdevumā un interesēs nolūkā sniegt informāciju, izmantojot specifiskus līdzekļus.

Vislielākā daļa sabiedrisko organizāciju ir nevalstiskās organizācijas – sieviešu, pensionāru, bērnu aizsardzības, arodbiedrības, izglītības, patērētāju aizstāvības organizācijas. Tās veidojas, lai valsts, ievērojot vienu interese, neaizmirstu citas grupas, kurām nav iespējas vai prasmes izteikt savas vēlmes. Tas nozīmē, ka sabiedrības pārvaldes institūcijām jātuvinās valsts iedzīvotājiem, proti, tautai jāpiedalās valsts politikas izstrādē, valsts varas decentralizācijā. Decentralizācija nostiprina atklātību, tai jābūt atgriezeniskai saitei, lai ietekmētu ekonomisko procesu vadību reģionos. Tomēr šeit pastāv bīstamība zaudēt kontroli pār makroekonomisko situāciju, kas veidojas nekoordinējot vietējā līmenī pieņemtos likumus.

Sabiedrības pārstāvju organizācijas var darboties paralēli ar analogiskām valsts sektora organizācijām, piemēram, izglītībā, veselības aprūpē, tiesību aizsardzībā, komercdarbībā. Darbojoties biznesa jomā, nevalstiskās organizācijas var pārstāvēt uzņēmēju intereses, kopā ar valdību koordinēt iekšējo tirgu. Vairums nevalstisko organizāciju iesaista savā darbībā nelielas cilvēku grupas, tās var būt reģionālas pēc ģeogrāfiskā principa – krājaizdevumu sabiedrības, lauksaimniecības sabiedrības, pedagogu asociācijas. Tām ir būtiskā nozīme pašpārvaldes darbības kontrolē. [12]

Nenoliedzami uzņēmums „X” nespēj ignorēt patērētāju interešu organizēto izpausmi. Var teikt, ka uzņēmumos, kuru darbības pamatā ir sociālā mārketinga koncepcija, tostarp arī uzņēmumā „X”, dibina daļas sakaru uzturēšanai ar sabiedriskajām organizācijām, lai pastāvīgi kontaktētos ar tām, izskaidrotu savus mērķus un uzdevumus, organizētu tematiskas konferences, aktīvi piedalītos preču kvalitātes problēmu risināšana, sagatavotu kadrus šīm organizācijām, organizētu žēlsirdības akcijas to labā.

Konkurenti. Konkurenti ir ārējais faktors, kura nozīme nav apstrīdama. Jebkura uzņēmuma vadībai jāsaprot, ka uzņēmums nespēs izdzīvot tirgū, ja uzņēmuma piedāvātas preces un pakalpojumi neapmierinās patērētāju vajadzības tikpat labi kā konkurentu preces un pakalpojumi. Dažkārt tieši konkurenti, nevis patērētāji, nosaka, kādus darbības rezultātus var pārdot un kādu cenu var par to prasīt. Konkurenti ietekmē tirgus izvēli, kā arī mārketinga starpnieku un piegādātāju izvēli, preču sortimenta veidošanu un visu menedžmenta darbību kopumā. Pēdējā laikā konkurences cīņā pielietojamās metodes ir mainījušās. Vadība ir spiesta reaģēt uz konkurentu jauninājumiem pilnīgi citādi, tas ir pārveidot savu uzņēmumu par modernāku un efektīvāku nekā citi šajā nozarē.

Patērētāji nebūt nav vienīgais uzņēmumu konkurences objekts. Uzņēmumi savā starpā var konkurēt par darbaspēka resursiem, materiāliem, kapitālu, tiesībām izmantot noteiktas tehnoloģijas.

Konkurences apstākļu novērtēšana ir viens no svarīgākajiem uzdevumiem, ko jāveic uzņēmuma vadītājam. Skaidri jāapzinās ne tikai, cik konkurentu pastāv tirgū un kādu darbību viņi veic, bet arī jāseko visām izmaiņām, kas notiek viņu darbībā un stratēģijā tirgū. Ja vadība savlaicīgi neievēros kādas būtiskas izmaiņas konkurentu rīcībā, tad uzņēmums var zaudēt tirgus daļu. [12].

Apskatīsim faktoros, kas ietekmē konkurences cīņu. Konkurence kļūst asāka, ja rodas šādi apstākļi:

- ✓ konkurentu skaita palielināšanās;
- ✓ produkta pieprasījums nepieaug vai pieaug nedaudz;
- ✓ nozarē kāds konkurents strauji samazina cenu;
- ✓ konkurentu produktiem patērētāja skatījumā ir vienāda vērtība un tā pieprasījumu ietekmē tikai zemākā cena;
- ✓ uzņēmumam pārtraukt produkta izstrādi var iznākt dārgāk nekā turpināt konkurenci.

Jaunu konkurentu ienākšana var radīt produkta piedāvājuma pārpalikumu un mazināt cenu, sekojoši arī peļņu. Jaunu konkurentu ienākšanu tirgū regulē vairāki nosacījumi:

- kad nozarē darbojas pietiekoši liels uzņēmumu skaits, piemēram, plaša patēriņa produktu ražošanā;
- kad konkurentu produkti viegli atpazīstami un visai nemainīgi;
- kad konkurentiem nepieciešami lieli finansu ieguldījumi;
- kad patērētājiem nepieciešami līdzekļi, lai pārslēgtos uz citu, jaunu produktu;
- kad esošie konkurenti, noslēdzot līgumu nepieļauj jaunu konkurentu ienākšanu;
- kad to veicina valsts likumdošana.

Valsts regulēšana konkurences jomā ir ļoti aktuāls mūsdienų jautājums. Ir zināms, ka konkurence ir pozitīvs faktors gan patērētājiem, jo tiem ir tiesības izvēlēties sev piemērotu produktu, gan nozarei, jo konkurences apstākļos tai ir vairāk iespējas attīstīties. Tāpēc valsts pienākums ir regulēt tirgu, nepieļaujot monopolistisku darbību, pieņemot attiecīgus likumus un īstenojot visāda veida pasākumus, lai veicinātu konkurenci.

Alkoholisko dzērienu ražotāju un pārdevēju konkurenci Latvijas tirgū pēdējo septiņu gadu laikā lielā mērā nosaka alkoholisko un bezalkoholisko dzērienu un dzirkstošo vīnu ražošanas galveno uzņēmumu privatizācijas struktūra un apstākļi. Šī procesa savdabīgs rezultāts bija 2000.gada beigās izveidojusies situācija, kad daudzi no šiem uzņēmumiem pēc daudzkārtējām reorganizācijām, bieži mainoties finansēšanas apstākļiem un īpašniekiem, bija zaudējuši vai būtiski vājinājuši savas stratēģiskās pozīcijas – bija vājinājusies ražošanas tehnoloģiskā disciplīna, no uzņēmumiem bija aizgājuši projām augsti kvalificēti tehnologi un ražošanas menedžeri, nepietiekami tika novērtēts mārketinga darbs. Patlaban, šādā situācijā atrodas absolūtais vairākums Latvijas alkoholisko dzērienu un dzirkstošo vīnu ražošanas uzņēmumu.

Par spīti tam, ka Latvijā pēdējā laikā mainās dzērienu patēriņa struktūra, joprojām visvairāk tomēr tiek dzerti degvīni un brendiji, kas arī aizņem lielāko alkohola tirgus daļu. Arī uzņēmums „X” abās šajās grupās ir tirgus līderu skaitā. Ir novērojamas tirgus apjomu svārstības, ko nosaka nelegālā tirgus sektora attīstība un īpatsvars, kuram ir tendence stipri svārstīties. To sekmē arī palielinātais akcīzes nodoklis. Pēc rīcībā esošās informācijas, kura tiek saņemta no dzērienu tirgotājiem, var secināt, ka degvīnu pārdošanas apjomiem ir tendence samazināties. Viens no galvenajiem iemesliem — patērētājs izvēloties aizvien biežāk dod priekšroku brendijiem.[17]

Kopumā stipro alkoholisko dzērienu tirgū norit tirgus sadrumstalošanās, jo strauji pieaug piedāvāto produktu skaits. Arvien lielāka nozīme ir mērķtiecīgai produktu virzīšanai tirgū, kas dod arī labus rezultātus. Brendiji ir otrā lielākā stipro alkoholu grupa, kurai ir tendence attīstīties un tirgus apjomiem pieaugt. Pēc produktu izplatības un vairumtirdzniecības datiem, uzņēmuma „X” ražotie brendiji iegūst aizvien lielāku popularitāti. Veicot tirgus apskatu, var secināt, ka produkti, kas veiksmīgi spējuši ieņemt nozīmīgas tirgus daļas, ir nedaudzi. Produkts, kas radīts tikai kā jaunums, savu aktualitāti ir zaudējis. Tāpēc, veidojot jaunus produktus, jāvadās pēc patērētāju vajadzībām un gaumes, tirgus situācijas un patērētāju pirktspējas. .

Patlaban uzņēmums eksportē savu produkciju uz Baltijas valstīm, Poliju, Vāciju, Angliju, ASV un Izraēlu. Latvijas ražotājiem tikt kādā ārvalstu tirgū iekšā ar saviem dzērieniem ir sarežģīti. Grūti konkurēt ar pasaulē pazīstamām dzērienu markām. Tas ir saistīts arī ar Latvijā ražoto dzērienu kvalitāti un līdzekļiem, kas jāiegulda jaunu tirgu apgūvē, lai dzēriens kļūtu atpazīstams [18].

Patlaban notiek alkoholisko dzērienu tirgus svārstības, kas galvenokārt izskaidrojamas ar nelegālā alkohola īpatsvara pieaugumu. Daudzi ar alkohola biznesu saistīti darboņi uzskata, ka nelegālā alkohola daudzums patlaban Latvijā ir aptuveni 30%. Kādu laiku atpakaļ tas esot bijis tikai ap 20%. Taču daļa uzskata, ka šis procents pēdējā laikā nav būtiski palielinājies. Galvenokārt šo tā saucamo nelegālo alkoholu sastāda stiprie dzērieni. Iekšējā satura kvalitāte ir slikta, taču ārējais noformējums krietni vien uzlabojies, tāpēc arī ir ļoti grūti atšķirt legāli ražotos dzērienus no nelegālajiem. Nelegālie dzērienu ražotāji izmanto jau vienreiz lietotās pudeles ar visu akcīzes nodokļa marku, kas rada nopietnas problēmas atklāt šo nelegālo alkohola partiju [17].

Alkoholisko dzērienu tirgus ietilpība vairs būtiski nepieaug, tāpēc, mainoties patēriņa struktūrai, mainās arī tirgus sadalījums, kā arī attiecības starp importētajiem un vietējiem alkoholiskajiem dzērieniem.

Labi, ka Latvijas alkohola tirgū dominē vietējais — valstī ražotais alkohols. Latvijas alkoholisko dzērienu ražotāju starpā vairāk dominē trīs lielākie uzņēmumi, kuri arī savā starpā gandrīz ir visu vietējo alkoholisko dzērienu tirgu sadalījuši, taču starp alkoholisko dzērienu importētājiem pastāv lielāka konkurence. 2006.gadā kopumā Latvijā tika ievesti 923 252 dekalitri alkoholisko dzērienu. Tas ir ~25% no visiem Latvijā realizētajiem alkoholiskajiem dzērieniem. Ir izmainījusies ievesto dzērienu struktūra. Salīdzinājumā ar iepriekšējiem gadiem vairāk tiek ievesti dabīgie vīni, kā arī augstas kvalitātes dārgi dzērieni, kurus Latvijā faktiski neražo — pasaulē slaveni viskiji, konjaki, rumi – acīmredzot, ir palielinājies pieprasījums pēc dzērieniem, kuri agrāk Latvijā nebija pieejami un skaitījās ekskluzīvi [13].

2006.gadā uzņēmumam „X” izdevies saglabāt savas pozīcijas vietējā tirgū un stabilizēt savu tirgus daļu. Par uzņēmuma galveno panākumu tā valde uzskata izvēlēto stratēģiju attīstīt alkoholisko kokteiļu segmentu, par ko liecina būtiskais pieaugums tajā. 2006.gadā ražoto alkoholisko kokteiļu realizācijas apjoms salīdzinot ar 2004. gadu palielinājies trīs reizes (par 203%). [15]

Patērētāji. Patērētāji, jeb pircēji ir galīgais mērķis, ko cenšas sasniegt organizācijas, lai pārdotu preces un pakalpojumus. Organizācija var izdzīvot tirgus apstākļos un efektīvi darboties tikai tad, ja tā spēj veiksmīgi sameklēt pircēju savā darbības rezultātā rādītiem pakalpojumiem vai precēm, kā arī apmierināt viņa vajadzības.

Parasti, veicot uzņēmējdarbību, uzņēmējs nevirza savu preci visam tirgum kopumā. Ir svarīgi noteikt potenciālas pircēju grupas, kurām tā prece būtu vajadzīga un lietderīga, proti, segmentēt tirgu. Segmentācija ir tirgus sadalīšana pēc pircēju grupām atkarībā no to vajadzībām,

rīcības tirgū un attieksmes pret mārketinga pasākumiem. Parasti patērētājus segmentē pēc sekojošiem rādītājiem:

- ✓ demogrāfiskiem: vecuma, dzimuma utt.;
- ✓ ģeogrāfiskiem: valsts, reģions, pilsēta, klimats;
- ✓ sociāliem rādītājiem: stāvokļa sabiedrībā, ienākumiem, nodarbošanās;
- ✓ nacionāliem un kultūras: izglītība, tautība, reliģija;
- ✓ personiskiem: dzīves veids, rakstura tipi;
- ✓ rīcības: izvēles kritēriji, patērētāja tips.

Svarīgākie no šiem rādītājiem ir - vecums, dzimums, ģeogrāfiskais stāvoklis, reģions, pilsēta, sociālie rādītāji, stāvoklis sabiedrībā, ienākumi.

Pēc tirgus segmentācijas rezultātiem var secināt, ka uzņēmuma potenciālie klienti atrodas vienā vai vairākos segmentos. Šo potenciālo pircēju kopumu sauc par uzņēmuma mērķa tirgu. Kad ir zināms mērķpircējs, kuram tiek adresēta prece, tad uzņēmējs var izstrādāt mārketinga pasākumu kompleksu atkarībā no mērķa pircēju kopīgām īpašībām. Mērķa tirgus nepārtraukti mainās, tāpēc visu laiku ir rūpīgi jāseko visām izmaiņām.

Lai apmierinātu pircēju vajadzības pēc precēm un pakalpojumiem, tiek nodibināti saimnieciskie sakari ar piegādātājiem un starpniekiem. Pastāv pieci pircēju tirgus tipi: patēriņa tirgus, industriālais tirgus, starpnieku tirgus, valdības tirgus un starptautiskais tirgus.

- Patēriņa tirgus dalībnieki ir atsevišķi cilvēki vai ģimenes, kas pērk preces un pakalpojumus personisko vajadzību apmierināšanai.
- Industriālā tirgū dalībnieki ir uzņēmumi, organizācijas, kas preces un pakalpojumus pērk, lai ražotu citu produkciju.
- Starpnieku tirgus dalībnieki ir organizācijas, kas preces un pakalpojumus pērk, lai tos pārdotu tālāk.
- Valsts tirgū preces un pakalpojumus pērk valsts, lai ražotu citas preces vai patērētu tās.
- Starptautiskajā tirgū pircēji meklējami ārpus valsts robežām, to vidū ir individuālie pircēji, ražotāji, starpnieki, valsts. [12].

Neskatoties uz to, ka galvenie alkoholisko dzērienu produkcijas veidi ir tradicionāli un daudzi uzņēmumi jau ražo analogiska sortimenta produkciju, tomēr pircēji un eksperti vienmēr atšķirs kvalitatīvu un oriģinālu produktu no zemas kvalitātes preces. Galvenie kvalitātes garantī alkoholisks dzērienu ražošanā ir oriģinālas receptūras esamība un noteiktās tehnoloģijas stingra ievērošana.

Tādēļ, dažādas uzņēmuma produkcijas tirdzniecības markas, kuras tika ražotas pēc eksperta tehnoloģijas un tika piedāvātas Latvijas patērētājiem pēdējo trīs gadu laikā tika augsti novērtētas

alkoholisko dzērienu tirgū. Pēc jaunās ražotnes stāšanās ierindā kompānijas vadība ir paredzējusi katrai produkcijas klasei nodrošināt maksimālu kvalitāti, atbilstošu attiecīgajai dzērienu klasei. Tieši pateicoties stabilai kvalitātei savā klasē, jau esošās uzņēmuma dzērienu tirdzniecības markas kļūst arvien populārākas Latvijas patērētāju tirgū.

Uzņēmumam „X” ir divi produkcijas izplatīšanas kanāli – veikalu tīkli un restorānu, viesnīcu tīkli. Veikalos lielākoties tiek pārdoti viegie alkoholiskie dzērieni, t.s. „ready to drink” un liels vairums patērētāju sastāda jaunieši vecumā 18-28 gadiem. Savukārt restorānos un viesnīcās, t.s. HoReCa (saīsinājumā no angļu valodas – viesnīcas, restorāni, kafējnīcas), lielākoties tiek izplatīti un arī pārdošanas apjomu sastāda stiprāki alkoholiskie dzērieni. Un šo dzērienu patērētāji lielākoties ir cilvēki ar stabiliem ienākumiem un turīgu finansiālo stāvokli. Uzņēmumam „X” ir nepieciešams izstrādāt kādu vienu atsevišķu, ar augstu kvalitāti un dārgu dzērienu marku, kuru varētu izplatīt šajā segmentā – tādējādi būtu iespējams piesaistīt ārzemniekus ar augstas kvalitātes brendiju, konjaku vai kādu citu alkoholisko dzērienu šķirni, kuram būtu veikta spēcīga reklāmas kampaņa. Jāatzīst, ka prognozes vietējā tirgus attīstībā izrādījušās atbilstošas notiekošajam, jo tika gaidīts straujš vieglo alkoholisko dzērienu patēriņa pieaugums, ko 2006.g. pirmā pusgada rezultāti arī apliecina. [7].

Uzņēmuma "X" plāni savu turpmāko mārketinga stratēģiju veidot tā, lai popularizētu savu produkciju tieši jaunatnes vidū, taču plāni ir satraucoši un vērtējami negatīvi un šādu viedokli publiski ir paudis Narkomānijas profilakses centra direktors narkologs Jānis Strazdiņš [11].

Jāatzīmē, ka lielā mērā uzņēmuma panākumus dažādos starptautiskajos tirgos ietekmē tautu mentalitāte. Tādējādi uzņēmumam „X” ieejot ārvalstu tirgos, ir jāveic rūpīga to tirgus izpēte, patērētāju analīze un jānosaka, kāds dzēriens varētu potenciāli visstraujāk un efektīvāk iekarot attiecīgās valsts alkohola tirgu. Un arī tad atkarībā no panākumiem, ir iespējams, dažādot uzņēmuma produkciju šajā valstī vai arī dažādojot dzēriena šķirnes ar dažādiem aromatizatoriem. Piemēram, uzņēmumam „X” ir neizdevīgi virzīt savus alkoholiskos kokteiļus uz Čehiju un Vāciju, jo tur ir spēcīgas alus tradīcijas un tādējādi kokteiļi nespētu iekarot šos tirgus. Savukārt Skandināvijas valstīs tiem varētu būt labs noiets. Tāpat gana interesants tirgus varētu būt Indijā, kur lielākoties ir pieprasīti lēti alkoholiskie dzērieni, tādējādi varētu virzīt savu produkciju arī šajā virzienā. Nedrīkst, protams, aizmirst arī par ievadmuitām, kas nenoliedzami var sadārdzināt dzēriena cenu. Tādējādi uz valstīm ar augstu ievadmuitu ir nepieciešams sūtīt dzērienus ar dārgu cenu un daudz maz populārus attiecīgajā reģionā, jo tad šo cenu starpība patērētājs varētu tik daudz neizjust.

1.2. Netieši ietekmējošā ārējā vide

Ekonomiska vide. Ekonomiska vide ir visciešāk saistīta ar uzņēmējdarbību. Galvenie ekonomiskās vides radītāji būtu:

- ✓ valsts ekonomiskā izaugsme, kuru raksturo nacionālā iekšzemes kopprodukta palielināšanās uz vienu iedzīvotāju, naudas resursu daudzums un pieejamība valstī, eksports un imports;
- ✓ valsts nodokļu politika;
- ✓ nodarbinātības līmenis valstī;
- ✓ inflācijas līmenis – cenu pieaugums, kuru izraisa pieprasījuma pārpalikums pilnas nodarbinātības apstākļos, izmaksu pieaugums.

Ir vērts izskatīt ekonomiskas vides radītājus detalizēti, attiecinot tos uz Latvijas pašreizējo situāciju.

Valsts ekonomiskā izaugsme. Valsts ekonomisko izaugsmi pamatvilcienos raksturo četri raksturlielumi: iekšzemes kopprodukta pieaugums uz vienu iedzīvotāju, inflācijas līmenis, valsts ārējās tirdzniecības bilances saldo un nodarbinātības līmenis. Runājot par ekonomisko izaugsmi, izšķir īstermiņa, vidēja termiņa un ilgtermiņa stratēģiju. Valstīs, kurās valdību mūžs mērāms līdz vienam gadam, nav iespējama ilgtermiņa ekonomiskā politika. Šajās valstīs ekonomiskās izaugsmes politikai ir tikai konjunktūras raksturs, līdz ar to valsts attīstības teorētiskās un empīriskās analīzes pamatā ir ekonomisko raksturlielumu īstermiņa izmaiņas. Ekonomiskās izaugsmes noteikšana balstās uz vidēja termiņa (no viena līdz pieciem gadiem) un ilgtermiņa (vairāk nekā pieci gadi) attīstības raksturlielumiem. Jebkuras valsts iedzīvotāji vēlas redzēt savas valsts izaugsmi, kurai ir jāved uz viņu labklājības pieaugumu. Ekonomiskā izaugsme nav homogēns, vienveidīgs process, to pavada tautsaimniecības atsevišķo sektoru un jomu mijiedarbība un savstarpējās izmaiņas [8].

To vidū būtiskākā vieta pieder reģioniem, tautsaimniecības sektoriem un nozarēm, kā arī uzņēmumu sastāvam. To kopīgi un atsevišķi veidotās struktūras izmaiņas, no vienas puses, ir tautsaimniecības attīstības sekas, bet, no otras puses, - arī svarīgs priekšnoteikums ekonomiskajai izaugsmei. Tā, piemēram, ienākumu pieaugumu uz vienu cilvēku paātrina jau fakts, ka darbaspēks pāriet no tādām saimnieciskajām jomām, kas ir zem vidējā līmeņa, uz jomām, kur līmenis ir augstāks par vidējo, piemēram, no lauksaimniecības sektora uz pakalpojumu, tirdzniecības vai industriālo sektoru. Latvija kopš neatkarības atgūšanas īsteno pāreju no plānveida uz tirgus ekonomikas modeli. Relatīvi īsā laikā valstī radīti tirgus ekonomikas pamati un labi makroekonomiskie priekšnoteikumi tautsaimniecības izaugsmei. Lauksaimniecībā, apstrādājošā rūpniecībā, būvniecībā un tirdzniecībā privātā sektora īpatsvars attiecīgas nozares pievienotajā vērtībā pārsniedz 90 procentus. Neatkarības gados Latvija ir spējusi pārorientēt

ekonomiku, un šobrīd gandrīz 60% no valsts kopējas ārējas tirdzniecības notiek ar ES valstīm. Nenoliedzami, valsts ekonomiskā izaugsme ietekmē uzņēmuma „X” darbību – jo lielāka ir iedzīvotāju pirktspēja, jo potenciāli lielāki var būt uzņēmuma produkcijas pārdošanas apjomi [12].

Valsts nodokļu politika. Valsts fiskālās politikas mērķis ir nodrošināt sabalansētu valsts budžeta izveidi un makroekonomiskos priekšnosacījumus ekonomikas izaugsmei.

Galvenie nodokļu veidi, kas skar uzņēmējdarbību ir:

- ✓ iedzīvotāju ienākuma nodoklis;
- ✓ uzņēmuma ienākuma nodoklis;
- ✓ īpašuma nodoklis;
- ✓ pievienotās vērtības nodoklis;
- ✓ akcīzes nodoklis;
- ✓ muitas nodoklis;
- ✓ sociālās apdrošināšanas iemaksas.[1]

Uzņēmumu „X” lielākoties ietekmē akcīzes nodoklis, par kuru jau darba gaitā tika minēts un analizēts. Tāpat arī muitas nodoklis ietekmē uzņēmuma eksportu. Nodokļu jautājumus, kas tiek regulēti Eiropas Savienībā (ES), Latvija ar ES prasībām pamatā jau saskaņojusi vai apņēmusies tuvākajā laikā to izdarīt. Vēl ES iesaka palielināt dabas resursu nodokli par gaisa piesārņojumu. Tāpat atklāts ir jautājums par muitas nodokļa likmju ieviešanas tempu - tās vēl tiek saskaņotas ar ES, vedot sarunas par attiecīgajām uzņēmējdarbības sadaļām. Pamatā ES lielākoties tiek regulēta netiešo nodokļu (akcīzes, pievienotās vērtības, muitas nodokļa) piemērošana (izņemot dabas resursu un azartspēļu nodokli), tiešo nodokļu (uzņēmumu un iedzīvotāju ienākuma nodokļa, kā arī sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu) uzlikšanu lielā mērā atstājot dalībvalstu ziņā. Tomēr arī principā neregulēto nodokļu ziņā ES dalībvalstīm ir jāievēro zināmi nosacījumi, kas pamatā skar valsts atbalsta jomu - dažādu atvieglojumu piemērošana var ietekmēt konkurences nosacījumus. Latvijā pievienotās vērtības nodokļa likums jau tika izstrādāts, balstoties uz ES direktīvām. Tomēr tajā nebija ievērotas visas ES prasības šī nodokļa piemērošanā, tādēļ 2003.gada beigās tika apstiprināti attiecīgi likuma grozījumi, kas stājās spēkā no 2003. un 2004. gada. Proti, ES direktīvas attiecībā uz pievienotās vērtības nodokli reglamentē standarta likmes minimālo līmeni, kas ir 15 %. [17].

Valsts, veicinot uzņēmējdarbību, izstrādā speciālus pasākumus, lai atbalstītu mazo un vidējo uzņēmējdarbību, tas ir piemēro maziem un vidējiem uzņēmumiem atsevišķus nodokļu atvieglojumus. [8].

Nodarbinātības līmenis valstī. Uzņēmējdarbībā ir svarīgi apzināt darba tirgu. Darba tirgu ietekmē sekojošie faktori:

- ✓ demogrāfiskais stāvoklis;
- ✓ izglītības sistēma;
- ✓ nodarbinātība un bezdarbs;
- ✓ darba devēja prestižs;
- ✓ izglītības iestāžu sadarbība ar darba devējiem;
- ✓ darba devēju aktīvā līdzdalība (finansu, koordinējošā, nosacītā pasūtījuma) speciālistu izglītošanā;

Demogrāfiskās izmaiņas uz katru uzņēmumu iedarbojas dažādi, un katrs uzņēmums atšķirīgi reaģē uz tām. Ņemot vērā, ka galvenais patērētājs visbiežāk ir nevis indivīds, bet ģimene, ir svarīgi tādi faktori, kā bērnu skaits ģimenē, laulību un šķiršanās gadījumu samēri, strādājošo ģimenes locekļu skaits.[7]

Darbspēka piesaistīšanai uzņēmums „X” pamatā izmanto savas valsts iekšējos resursus vai uzņēmuma iekšējo personālu. Iekšējo tirgu uzskata par iespējami labāko uzņēmumam, kurš darbojas un dod atzīstamus rezultātus. Tas rada iespēju aktivizēt apmācību, lai darbiniekiem būtu vairākas profesijas. Darbinieks ir adaptējies uzņēmumā, viņu pazīst vadība. Izvēloties savus darbiniekus, var radīt karjeras un izaugsmes iespējas, līdz ar to motivēt darbiniekus. Ārējo darbinieku tirgu nepieciešams izmantot, izstrādājot jaunu stratēģiju, uzņēmumam paplašinoties vai mainoties tehnoloģijai. Jo lielāka valstī ir nodarbinātība, jo teorētiski augstāks varētu kļūt iedzīvotāju ienākumu avots un tādējādi viņiem rastos iespēja iegādāties arī potenciāli dārgākas un kvalitatīvākas alkoholisko dzērienu markas.[20]

Inflācijas līmenis. Inflācijas līmenis var būtiski ietekmēt uzņēmuma darbību. Inflācijas laikā uzņēmumu izdevumi par resursiem nemitīgi pieaug, ar to neizbēgami saistīta cenas paaugstināšana, lai segtu lielas izmaksas. Pēdējos gados Latvijā inflācijas līmenis ir salīdzinoši neliels, tās ir viens no viszemākajiem Centrāleiropā. Vidējais patēriņa cenu līmenis 2005.gada martā, salīdzinot ar februāri, palielinājās par 0,5%, liecina Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) dati. Precēm cenas pieauga par 0,7%, bet pakalpojumiem – par 0,2%.

Līdzšinējo ekonomisko reformu gaitā valstī ir radīti tirgus ekonomikas pamati un labi makroekonomiskie priekšnoteikumi tautsaimniecības izaugsmei (zema inflācija, neliels valsts parāds u.c.). Lai panāktu ilglaicīgu un sabalansētu ekonomikas izaugsmi un tautas labklājības pieaugumu, valdība par svarīgākajiem ilgtermiņa mērķiem uzskata:

- stabilas ekonomiskās attīstības nodrošināšanu, sasniedzot pastāvīgu iekšzemes kopprodukta gada vidējo pieaugumu virs 5%;
- inflācijas samazināšanu zem 5%;
- bezdarba samazināšanu;

- ekonomikas stabilitātes (stabilas naudas, stabilas un drošas finansu un nodokļu sistēmas) nodrošināšanu;
- tirgus ekonomikas tālākas attīstības veicināšanu;
- strukturālo disproporciju novēršanas sekmēšanu tautsaimniecībā.

Organizācijas menedžerim ir jānovērtē un jāprognozē valsts ekonomiskais stāvoklis un gaidāmās izmaiņas. Gaidāmās inflācijas gadījumā būtu lietderīgi palielināt resursu krājumus, veikt sarunas ar darbiniekiem par fiksēto darba algu, lai nodrošinātu pieaugumu nākotnē, ņemot kredītus, jo maksājuma termiņā naudai būs zemākā vērtība. Nedrīkst pieļaut situāciju, ka cenas kāpj straujāk nekā iedzīvotāju dzīves līmenis. Tas būtu krahs ekonomikas attīstībai. Līdz šim valsts ar savu monetāro politiku ir spējusi regulēt inflāciju diezgan sekmīgi [8].

Tāpat arī inflācijas līmenis valstī ietekmē uzņēmuma „X” darbību – lielākoties tāpat kā valsts ekonomiskā izaugsme. Uzņēmumam „X” ir būtisks patēriņa cenu kāpuma līmenis, jo tas atsaucas uz patērētāju un tūlītēji arī uz uzņēmuma pārdotās produkcijas apjomiem.

Sociālkulturālās attiecības. Sociālkultūras attiecības kopumā ietver demogrāfisko stāvokli valstī, vēsturiskās tradīcijas, cilvēku paradumus, kultūras vērtības, dzīvesveidu.

Katrai valstij ir savas vēsturiskās tradīcijas, kultūras vērtības. Šīs vērtības ir atkarīgas gan no tautas mentalitātes, gan no nacionālā sastāva valstī, gan no valsts un tautas vēsturiskās attīstības. Uzņēmējam ir svarīgi apzināties šīs kultūras atšķirības, it īpaši veicot uzņēmējdarbību ārzemēs un nodibinot sadarbības un biznesa attiecības ar ārzemju partneriem. Protams, ka izvēloties savas darbības stilu un kultūru, uzņēmējs arī var izvēlēties to kultūras modeli, kas viņam liekas tuvāks, bet arī jāņem vērā, ka darbinieki, kas strādā uzņēmumā arī ir nākuši no ārējās sociālās vides, un uz tiem attiecas visas sociālās un kultūras īpašības, kas ir raksturīgas sabiedrībai kopumā. Pētījumi rāda, ka darbinieku attieksme pret darbu mainās. Jaunās paaudzes darbinieki cenšas savā darbā būt vairāk neatkarīgi. Cits pētījums rāda, ka daudzi darbinieki grib veikt darbu, kas prasa vairāk elastīguma, radot negaidītas situācijas, kas neierobežo rīcības brīvību, paaugstina cilvēka pašcieņu. Darbinieks vairs neuzskata savu darba vietu par vienīgo savā dzīvē, kur viņš vēlētos nostrādāt visu mūžu. Šo jauno nostāju izpēte ir svarīga arī ar to, ka zinot tās labs vadītājs var motivēt cilvēkus organizācijas labā. [12]

Sociālkultūras faktori ietekmē uzņēmuma „X” produkciju un pakalpojumus, kas ir kompānijas darbības rezultātus. Piemēram, cilvēks ir gatavs maksāt par prestižu precī vairāk tikai tāpēc, ka uz tās stāv uzņēmuma „X” marka, motivējot sevi ar to, ka tas dod viņam papildus nozīmi sabiedrībā. Ikvienai tautai ir sava mentalitāte, tradīcijas un vērtības. Tādējādi lielāku uzņēmuma „X” produkcijas patēriņu var prognozēt nacionālo svētku dienās, dažādās citās jubilejas reizēs.

Valsts politika. Valsts politika var ietekmēt organizācijas darbību divējādi:

- ✓ valsts ekonomiskā regulēšana;
- ✓ valsts institūciju attieksme pret biznesa un nebiznesa organizācijām.

Pašvaldības un valsts likumdošanas un tiesu institūciju attieksme pret uzņēmējdarbību kopumā un pret konkrēto uzņēmumu var būtiski ietekmēt organizācijas darbību. Šī pozitīvā vai negatīva attieksme demokrātiskajā sabiedrībā var izpausties fiskālā politikā, nodokļu un nodevu atvieglojumu noteikšanā, patērētāju aizsardzības likumdošanā, drošības standartos, apkārtējās vides aizsardzības standartos, cenu, tarifu un darba algas kontrolē. Cits politiskais faktors ir interešu grupas – lobiji. Tie pārstāv organizāciju un atsevišķu cilvēku grupu intereses un ietekmē citas organizācijas, no kuru pieņemtiem lēmumiem tie ir atkarīgi.

Pašlaik Latvija tikai ceļ demokrātisko valsti ar veselīgām tirgus attiecībām. Valsts reformu periodā uzdevums ir sakārtot valsts institūciju un ierēdņu darbu, lai nodrošinātu kontroli un nepieļautu voluntāru rīcību. Lai īstenotu valsts institūtu darbības optimizāciju, nepieciešams:

- ✓ noteikt ierobežošanas normas;
- ✓ radīt konkurenci ierēdniecības vidū;
- ✓ izziņāt un ievērot iedzīvotāju domas, veicināt valsts un iedzīvotāju sadarbību.

Kā efektīvās normas un ierobežojumi var būt: atskaites principu ieviešana, neatkarīga tiesa, dažādi uzraudzības institūti, piemēram, Valsts Kontrole. Decentralizācija dotu iespēju sadalīt pilnvaras starp likumdošanas varu, izpildvaru un tiesu varu, kā arī centrālo, reģionālo un vietējo pārvaldi. Būtiska ir neatkarīga tiesu vara, kurai jānodrošina atklātība, likumu interpretācija un ievērošana. Šis pieņēmums ir visai aktuāls pašreizējā periodā Latvijā. Valsts politikas uzdevums ir veicināt konkurenci jomās, kuras skar iedzīvotājiem sniedzamos pakalpojumus, piemēram, transportā, telekomunikācijās, elektroenerģijas piegādē, kā arī kontrolēt monopoldarbību.

Likumdošanas ievērošana var ierobežot korupciju dažādās jomās. Pie tam korupciju ierobežot palīdz tirgus un privātuzņēmēju darbības kontroles liberalizācija, ka arī valsts uzņēmumu privatizācija, konkurences veicināšana, nevalstisko organizāciju aktivitātes un, protams, korupcijas apkarošana valsts pārvaldē. [12]

Uzņēmumam „X” ir būtiski, lai tirgū pastāvētu godīgas konkurences principi – tādējādi ir nepieciešams izskaust nelegālā alkohola tirdzniecību kā ar uzņēmuma, tā ar valsts pūlēm. Ir nepieciešams dialogs starp sabiedrību, uzņēmumu un valsti. Cilvēkiem ir jāziņo vai nu uzņēmumam „X” par fiktīvu produkcijas izplatīšanas vietu (ja tas tieši skar uzņēmumu) vai arī atbilstošajiem valsts darbiniekiem.

Zinātnes un tehnikas progress. Zinātnes un tehnikas progress – plašākā nozīmē ir ne tikai iekšējā, bet arī ārējā organizācijas vide. Šis process ietver zinātni, tehniku un tehnoloģiju un ietekmē virzību šādos virzienos:

- ✓ tehniski un tehnoloģiskie jauninājumi veicina produkcijas ražošanas un pārdošanas efektivitātes paaugstināšanu;
- ✓ zinātnes un tehnikas jaunatklājumi tajā pašā laikā paātrina produkcijas novecošanas un prasa jaunas produkcijas ražošanas attīstīšanu;
- ✓ progress veicina komunikācijas līdzekļu attīstību, atvieglo un paātrina darbu ar informāciju.

Tehniskais progress, jauno tehnoloģisko procesu attīstība nosaka uzņēmuma produkta dzīves ciklu, tirgus daļas apgūšanu un noturēšanu. Uzņēmums nevar ilgu laiku pastāvēt neatkarīgi no tehniskā progressa. Pēdējos desmit-divdesmit gados strauji attīstās datortehnoloģijas un ar to saistīta sarežģītas informācijas apstrāde. Mūsdienās nevar iedomāties uzņēmumu, pat vismazāko, kur nebūtu pielietojams dators uzskaitē vai datu apstrādē.

Tehnoloģija ietver sevī ne tikai jaunās iekārtas, mašīnas, bet arī tehnoloģiskās idejas, inovācijas, jaunās zināšanas.

Mārketinga politika pastāv ciešā saistībā ar tehnoloģiju un otrādi, jo priekšplānā izvirzās jauns produkts ar jaunu un praktisku pielietojumu. Tehnoloģijas attīstība nosaka ekonomisko izaugsmi. Uzņēmumam būtu jāievēro faktori, kuri attiecināmi uz jaunām tehnoloģijām:

- ✓ jauna tehnoloģija nav autonoma, tā pastāv saistībā ar citiem procesiem;
- ✓ katra konkrētā tehnoloģija pastāv saistībā un sastāv no daudzām bāzes tehnoloģijām;
- ✓ katra bāzes tehnoloģija ir kā kanāls daudzām lietišķām tehnoloģijām;
- ✓ bāzes tehnoloģijas ir jaunu nozaru produkta pamats;
- ✓ lietišķā tehnoloģija tiek izmantota, lai modernizētu nozari un tā nosaka uzņēmuma nākotni;
- ✓ tehnoloģijas izvēli ietekmē – jauni materiāli, informācija, biotehnoloģija;
- ✓ tehnoloģijas izmaiņas sadārdzina ražošanu un ne visi uzņēmumi ir spējīgi investēt jaunajā produktā, kas savukārt nosaka prasību apgūt jaunu tehnoloģiju. [12].

Ieviešot modernizētas jaunas tehnoloģijas, uzņēmums ne tikai palielinātu savu konkurētspēju jau attīstītajos alkoholisko dzērienu segmentos, bet būtu gatavs arī realizēt eksporta pasūtījumus. Kā vienu no veidiem, lai pilnībā izmantotu jaudas un sekmētu uzņēmējdarbības paplašināšanos, uzņēmums „X” plāno pieņemt pasūtījumus un ražot arī dzērienus ar preču zīmēm, kuras nav uzņēmuma īpašumā, gan vietējam, gan eksporta tirgiem. 2005.gadā uzņēmumā veikti ieguldījumi pamatlīdzekļos 1,56 miljonu latu apmērā. Jau pagājušajā gadā lielas investīcijas tika ieguldītas uzņēmuma pildīšanas jaudu palielināšanā un tehniskajā modernizācijā. Rekonstruēta arī ūdens ieguves sistēma uzņēmuma ražotnē. [15].

Starptautiskās attiecības. Starptautiskās attiecības ir sarežģītākas par visiem pārējiem ārējās vides elementiem, jo ietver gan ekonomiku, gan sociālās kultūras faktoros. Kad kāda vienas valsts organizācija plāno uzsākt biznesu citās valstīs, tai pilnīgi vai daļēji jāmodificē menedžmenta paņēmieni un metodes, kuri sekmīgi darbojas, strādājot vietējos apstākļos. Tātad jānosaka:

- ✓ jaunās vides atšķirības no vietējās vides;
- ✓ kādā veidā jāmaina menedžments, strādājot jaunajos apstākļos.

Pieredze rāda, ka starptautiskās vides faktoru analīze ir grūts un darbietilpīgs process. Ir vairums piemēru, kad uzņēmuma vadība neveiksmīgi uzsāka darbību ārzemju tirgū tieši nepilnīgas starptautiskās vides faktoru analīzes dēļ.

Lai iekļūtu starptautiskajā tirgū, biznesa organizācijas lieto dažādas darbības formas un metodes:

- ✓ produkcijas eksports - nolūkā paplašināt eksportu vai izveidot meitas uzņēmumu vai eksporta nodaļu organizācijas ietvaros;
- ✓ licencēšana – uzņēmums var pārdot licenci vai patentu ārzemju uzņēmumam ar tiesībām ražot un pārdot savu produkciju ārzemju tirgū;
- ✓ kopuzņēmuma veidošana – divi vai vairāki uzņēmumi no divām vai vairākām valstīm iegulda kapitālu kopuzņēmumā, lai realizētu savstarpēji izdevīgu projektu;
- ✓ tieši kapitāla ieguldījumi – uzņēmums var nolemt ražot produkciju arī ārzemēs ar pilnu kontroli ražošanas, mārketinga un finansu sfērās;
- ✓ transnacionālās korporācijas – apvieno daudzus uzņēmumus daudzās valstīs ar īpašuma un menedžmenta tiesībām.

Katrā valstī pastāv konkrēti likumi un nostājas pret uzņēmējdarbību, kas noteic, kur un kādā veidā var uzsākt uzņēmējdarbību. Likumdošana skar gan ekoloģiskus, gan politiskus, gan ekonomiskus jautājumus. Likumdošana un valsts politika var vērst visus savus spēkus, lai piesaistītu papildus investīcijas un attīstīt uzņēmējdarbību reģionā, bet var arī ierobežot kādas nozares attīstību, piemēram, ekoloģisko problēmu dēļ. Tāpēc ir svarīgi ievērot šos iekšējos noteikumus, lai nodibinātu un saglabātu pēc iespējas labākas attiecības ar reģiona iedzīvotājiem, pašvaldību vai valsts valdību. Šīm nolūkam uzņēmumi var arī pielietot materiālas stimulēšanas paņēmienus – vietējo skolu finansēšana, piedalīšanos labdarības pasākumos un tām līdzīgas darbības, sabiedriskās attiecības.

Mūsdienu starptautiskais bizness attiecas uz tām darbības sfērām, kas ir saistītas ar resursu (izejvielas, kapitāls, cilvēki, tehnoloģijas), preču (gatavie komponenti, produkti, pusfabrikāti), pakalpojumu (grāmatvedības uzskaitē, juridiskā un banku darbība) un darbaspēka (kvalificēts darbaspēks – tehnieki un vadības speciālisti) pārvietošanu caur nacionālajām robežām.[3]

Lai efektīvi pielāgotu savu preci vai pakalpojumu kādas starptautiskās vides raksturīpašībām, uzņēmumam „X” ir nepieciešams pārzināt ārējās vides faktoros un to ietekmi uz uzņēmuma darbību:

- ✓ kultūra - kultūras atšķirības izpaužas atšķirībās un nesaskaņās tādos jautājumos, ka vadība un vara, darba nozīme, sievietes loma sabiedrībā, gatavība riskēt;
- ✓ ekonomika – veicot darbību citā valstī jāseko līdzi tās ekonomikas attīstībai, tas var sekmēt efektivitātes paaugstināšanu, lēmumu pieņemšanu un plānošanu;
- ✓ likumdošanas un valsts regulēšana – uzņēmumam, kas darbojas kādas valsts teritorijā obligāti jārēķinās ar šīs valsts likumdošanu un jādarbojas pēc tās. Atšķirības starp vietējo un ārvalstu likumdošanu var būt milzīgas, un to obligāti jāņem vērā;
- ✓ politika – iekšējais tirgus atrodas valsts politikas ietekmē, tāpēc politiskais faktors ietekmē arī starptautisko tirgu. Politiskā nestabilitāte, vadības maiņa paaugstina situācijas nedrošību un nenoteiktību. [12].

Šogad uzņēmums „X” iecerējis ar jauniem produktiem un cita veida aktivitātēm par 50% palielināt alkoholisko kokteiļu realizācijas apjomu. Līdz ar uzsākto degvīna eksporta ievērojama apjoma pasūtījumu izpildi uzņēmums plāno, ka tā produkcijas eksporta kopapjoms šogad pieaugs par 180%. Ar aktivitātēm Krievijas tirgū paredzēts ievērojami palielināt eksporta apjomu. Pēc paplašinātas ISO sertifikācijas uzņēmums „X” šogad sagatavojis tehnoloģisko nodrošinājumu, kas ļauj sekmīgi realizēt eksporta pasūtījumu izpildi starptautiskajā tirgū – Anglijā, Vācijā, Itālijā un ASV. Pašlaik uzņēmumā ieviests nepārtraukts ražošanas cikls un izveidots vairāk nekā 100 jaunu darba vietu. Ņemot vērā paredzamo ražošanas izmaksu apjoma pieaugumu, uzņēmums turpina izmaksu struktūras optimizāciju, šā gada laikā plānojot ievērojamu administratīvo un ar produkcijas pārdošanu saistīto izmaksu samazinājumu. Pērn salīdzinājumā ar 2005.gadu uzņēmuma izejvielu un materiālu izmaksas samazinātas par 956 tūkstošiem latu. [19].

2. Finanšu analīzes teorētiskie aspekti

2.1. Finanšu vadības mērķi un uzdevumi

Neskatoties uz savstarpējām saitēm starp finanšu vadību un grāmatvedību, katrai ir atšķirīgas funkcijas. Grāmatvedība apstrādā un interpretē informāciju par uzņēmuma saimnieciskās darbības rezultātiem, bet finanšu vadības galvenais uzdevums ir uzņēmuma finanšu līdzekļu vadība.

Finanšu vadības funkcijas uzņēmumā:

1. Uzņēmuma finanšu līdzekļu nepieciešamības noteikšana;
2. Iespējamo līdzekļu avotu alternatīvu variantu apzināšana;
3. Alternatīvu salīdzināšana un optimālo līdzekļu piesaistīšanas variantu izvēle;
4. Uzņēmuma esošo finanšu resursu efektīva izmantošana.

Finanšu vadība ir uzņēmuma vadības integrālā sastāvdaļa, un finanšu vadības lēmumi balstās uz stratēģiskiem lēmumiem par uzņēmuma stratēģiskiem mērķiem, informāciju par tirgus efektivitāti, tirgus kapitāla izmaksām, nozares un ekonomiskās vides informāciju. Balstoties uz informācijas kopumu, tiek noteikta uzņēmuma finansējuma struktūra un izveidots naudas un kapitāla budžets.

Pēc lēmuma tiem funkcijas ir iespējams sadalīt stratēģiskās un operatīvās funkcijas.

Stratēģiskā funkcijas ir saistītas ar uzņēmuma darbību ārējā vidē:

1. Ilgtermiņa kapitāla struktūras lēmumi;
2. Uzņēmuma dividenžu politikas noteikšana;
3. Uzņēmuma ilgtermiņa stratēģisko mērķu formulēšana.

Operatīvās funkcijas ir saistītas ar uzņēmuma iekšējo vidi:

1. Uzņēmuma esošo finanšu resursu efektīva izmantošana;
2. Ikdienas darbības finansēšana;
3. Cenu veidošanas principi;
4. Uzņēmuma kreditēšanas politikas lēmumi;
5. Iepirkumu līgumu nosacījumi.

Lai pieņemtu operatīvos un stratēģiskos lēmumus par uzņēmuma finanšu resursu izmantošanu un plānoto nākotnē nepieciešamos resursus, ir vajadzīga informācija par uzņēmuma finanšu pozīciju, ekonomisko potenciālu un attīstības perspektīvām.

Lai iegūtu šādu informāciju, ir nepieciešams veikt uzņēmuma finansiāli ekonomisko analīzi. Finansiāli ekonomiskā analīze ietver četrus posmus:

- **Uzņēmuma ekonomiskā potenciāla novērtēšana**

- Pamatkapitāla struktūras analīze;
- Ražošanas apjoma un pievienotās vērtības analīze;
- Ražošanas jaudu un to izmantošanas analīze;
- Infrastruktūras analīze;
- Kapitālieguldījumu struktūras analīze.
- **Uzņēmuma darbības efektivitātes rādītāju analīze**
 - Neto ieņēmumu dinamikas analīze;
 - Ražošanas izmaksu struktūras dinamika;
 - Ražotās produkcijas pievienotā vērtība;
 - Resursu izmantošanas analīze;
 - Resursu izmaiņas.
- **Uzņēmuma finansiāla stāvokļa analīze**
 - Kapitāla struktūra;
 - Ilgtermiņa kapitāla struktūra;
 - Pašu kapitāla struktūra;
 - Līdzekļu atdeve;
 - Pašu kapitāla atdeve;
 - Ieguldījumu atdeve;
 - Īstermiņa maksātspējas rādītāji.
- **Uzņēmuma konkurētspējas analīze**
 - Peļņas norma salīdzinājumā ar nozares rādītājiem;
 - Tirgus daļa;
 - Pieauguma tempi salīdzinājumā ar tirgus pieauguma tempiem;
 - Aktīvu aprites rādītāji;
 - Līdzekļu aprites rādītāji.

Lai veiktu uzņēmuma pilnu finansiāli ekonomisko analīzi, ir nepieciešama šāda informācija:

1. finanšu pārskati par uzņēmuma darbību iepriekšējos periodos;
2. informācija par nozares attīstību pagātnē un nākotnes tendencēm;
3. informācija par uzņēmumiem, kuri ietekmē analizējamo uzņēmumu;
4. finanšu tirgus informācija;
5. ekonomisko vidi raksturojoša informācija;
6. cita būtiska informācija.[3]

Viena no svarīgākajām finansiāli ekonomiskās analīzes sastāvdaļām ir finanšu analīze. Finanšu analīzes objekts ir uzņēmuma darbības finanšu rezultātu analīze.

Finanšu analīzes mērķis ir noteikt uzņēmuma finansiālo stāvokli un identificēt iespējas pilnveidot esošās finanšu vadības metodes un uzlabot uzņēmuma finanšu stāvokli.

Uzdevumi:

1. analizējot uzņēmuma saimnieciskās darbības finanšu rezultātus, noteikt finanšu resursu izmantošanas efektivitāti;
2. prognozēt iespējamus finanšu rezultātus, balstoties uz esošajiem saimniecības darbības rādītājiem un alternatīviem resursu izmantošanas variantiem;
3. izstrādāt pasākumus finanšu stāvokļa uzlabošanai un finanšu resursu izmantošanas efektivitātes pilnveidošanai.

Lai noteiktu uzņēmuma finansiālo stāvokli, izmanto rādītājus, kuri raksturo:

1. uzņēmuma kapitāla struktūru un kapitāla avotus;
2. kapitāla izmantošanas intensitāti un efektivitāti;
3. uzņēmuma maksātspēju un kredītspēju;
4. finansiālās stabilitātes robežas.

Finanšu stāvokļa analīze balstās uz relatīviem rādītājiem, kurus var salīdzināt ar:

- eksistējošām normām riska un bankrota iespējamības novērtēšanā;
- citu uzņēmumu rādītājiem;
- datiem par iepriekšējiem periodiem.

Uzņēmuma finanšu analīzi var veikt ne tikai uzņēmuma vadītāji, bet arī to īpašnieki, esošie un potenciālie investori, bankas, piegādātāji, Valsts ieņēmumu dienesta pārstāvji.

Pēc analīzes subjektam var nodalīt iekšējo un ārējo finanšu analīzi. Iekšējo finanšu analīzi veic uzņēmuma vadība ar mērķi plānot un kontrolēt uzņēmuma finanšu līdzekļu izmantošanu uzņēmuma mērķu sasniegšanai, plānot un nodrošināt nepieciešamo finanšu resursu piesaistīšanu un kontrolēt uzņēmuma finansiālo stāvokli.

Ārējo finanšu analīzi veic esošie un potenciālie investori, piegādātāji, kontrolējošās organizācijas, izmantojot publicētos finanšu pārskatus ar mērķi identificēt iespējas ieguldīt līdzekļus ienesīgajā projektā, kontrolēt aprēķināto nodokļu summas, pārliecināties par sadarbības partnera finansiālo stabilitāti.

Finanšu analīzes praksē ir izstrādātas finanšu pārskatu analīzes metodes, kuras tiek plaši lietotas visā pasaulē. Vispopulārākās metodes ir:

- horizontālā analīze – salīdzināšana ar iepriekšējo periodu;
- vertikālā analīze – finanšu rādītāju struktūras analīze;
- finanšu koeficientu aprēķināšana – rādītāju savstarpējās saistības noteikšana;
- tendenču analīze – rādītāju pārmaiņu dinamikas noteikšana;

- salīdzinošā analīze – uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītāju salīdzināšana ar nozares un konkurentu rādītājiem.[7]

Uzņēmums ir sarežģīts veidojums, kas eksistē noteiktā vidē. Uzņēmuma darbības rezultāti ir atkarīgi no uzņēmuma vadītāju spējām ņemt vērā apkārtējās vides ietekmi, paredzēt nākotnes attīstības tendences un pieņemt lēmumus, ņemot vērā visu ieinteresēto pušu iespējamo ietekmi. Dažādām ieinteresētām grupām ir dažādi ieguldījumi uzņēmuma darbībā un dažāda ieinteresētība uzņēmuma darbības rezultātos. Katrai grupai ir arī savas finanšu analīzes objekts. Tabulā (skat.2.1.tab.) apkopotas svarīgākās grupas, to ieguldījums un finanšu analīzes objekts.

2.1.tabula

Uzņēmuma finanšu analīzē ieinteresētās grupas [5]

Ieinteresētā grupa	Grupas ieguldījums	Prasības	Finanšu analīzes objekts
Īpašnieki	Pašu kapitāls	Dividendes	Darbības finanšu rezultāti; finansiāla stabilitāte
Investori, ieguldītāji	Aizdevu kapitāls	Procenti no ieguldītā kapitāla	Kredītpēja
Uzņēmuma vadība	Vadības prasme, uzņēmējdarbības pārziņāšana	Samaksa par darbu, iespējamie procenti no peļņas	Visa uzņēmuma darbība
Strādnieki	Darbs	Atalgojums, sociālās garantijas	Uzņēmuma darbības finansiālie rezultāti
Piegādātāji	Nepārtraukta ražošanas procesa nodrošināšana	Piegādāto preču apmaksā	Uzņēmuma maksātspēja
Klienti	Produkcija/pakalpojumu realizācija	Produkcija/pakalpojumu cena	Uzņēmuma darbības finansiālie rezultāti
Valsts	Sabiedrības pakalpojumi	Nodokļu maksājumi	Uzņēmuma darbības finansiālie rezultāti

Lai veiktu uzņēmuma finanšu analīzi, ir nepieciešami uzņēmuma pārskati par iepriekšējiem periodiem:

- bilance;
- peļņas un zaudējumu pārskats;
- paskaidrojumi pie bilances un peļņas un zaudējumu pārskata;
- naudas plūsmas pārskats.

Finanšu pārskatu analīze ļauj atklāt svarīgākās mijiedarbības un sakarības, kā arī novērtēt tendences.

Pirmajā finanšu analīzes fāzē ir svarīgi “lasīt” finanšu pārskatus. Pārskatu lasīšanas gaitā tiek studēti pārskatos atspoguļotie rādītāji. Ir jānosaka uzņēmuma īpašuma stāvoklis, tā īstermiņa vai ilgtermiņa ieguldījumi aktīvos, pašu kapitāla un aizņemto līdzekļu veidošanas avoti, jānovērtē uzņēmuma sakari ar piegādātājiem, pamatdarbības ieņēmumi un peļņa [5,66-68].

2.2.Uzņēmuma finanšu pārskata nozīme un sastādīšanas principi

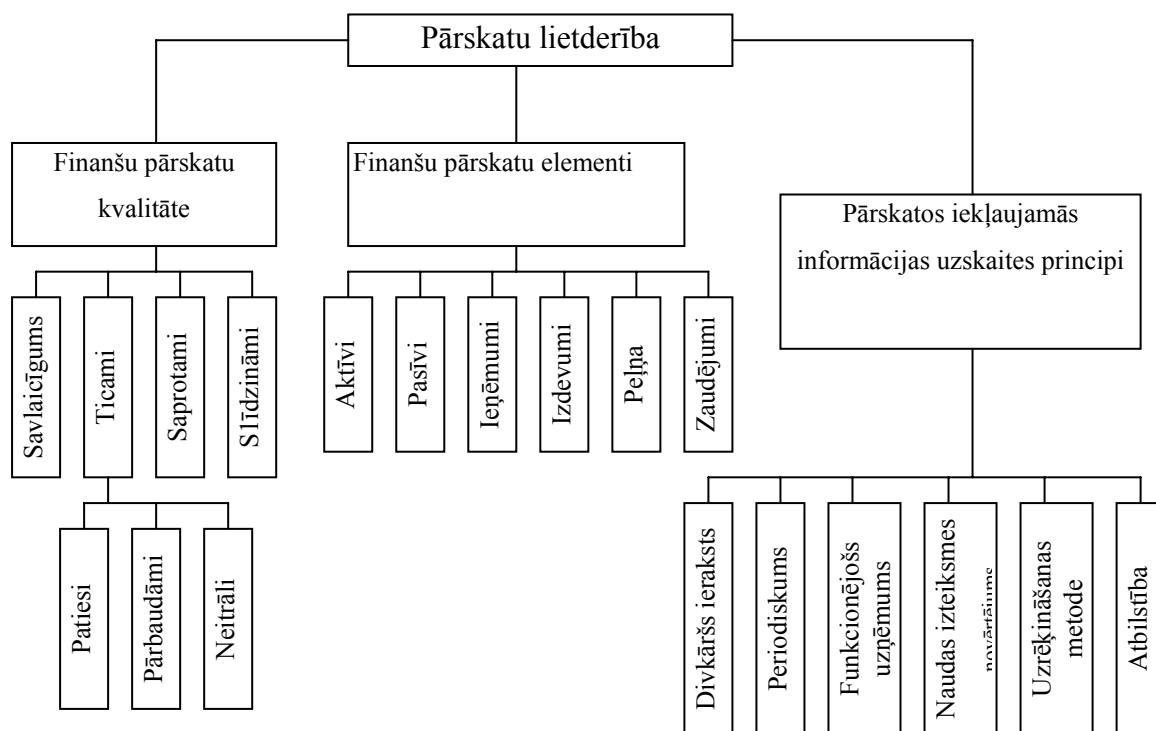
Uzņēmuma saimnieciskās darbības vadīšana ir galvenais noteikums ekonomisko panākumu sasniegšanā. Piegādes ir jāapmaksā savlaicīgi, maksājumi par aizņēmumiem jāveic noteiktos termiņos, noteiktai līdzekļu daļai jāpaliek uzņēmuma rīcībā. Tādēļ pēc noteikta laika perioda ir jāizdara noteikti aprēķini ar nolūku noskaidrot, kādus ekonomiskus rezultātus ir guvis uzņēmums, veicot saimniecisko darbību. Citiem vārdiem, rodas nepieciešamība sastādīt pārskatus.

Finanšu pārskatu sastādīšana tirgus ekonomikā balstās uz vairākiem principiem, kuri padara pārskatus par efektīvāku finanšu vadīšanas instrumentu uzņēmumā.

Galvenās prasības informācijai, kuru sniedz pārskati, ir tās noderīgums pārskatu lietotājiem. Lai informācija, kas iekļauta pārskatos, būtu noderīga, tai jāatbilst noteiktiem principiem (skat.2.1.att).

Informācijai jābūt:

- savlaicīgai – tas palielina informācijas vērtību un ietekmē pārskatu lietotāju lēmumu pieņemšanu. Informācija ir savlaicīga, ja tā nodrošina perspektīvās analīzes iespēju, t.i., prognozes izstrādāšanu kārtējiem un nākamajiem lēmumiem;
- patiesai – dokumentāli pamatotai un pārbaudāmai. Tai raksturīga rādītāju neitralitāte, jo tā nepakļaujas kādu ārēju, ieinteresētu subjektu iespaidam. Patiesa informācija nesatur kļūdas un saimnieciskās darbības klasificējumu, visi pārskatos iekļautie rādītāji tiek apskatīti no ekonomiskā viedokļa;
- neitrālai – finanšu pārskatos nav akcenta uz kādas lietotāju grupas interešu apmierināšanu, nodarot kaitējumu citai pārskatu lietotāju grupai;
- saprotamai – pārskatu lietotājiem bez īpašas profesionālas sagatavotības ir jāsaprot pārskatu saturu;
- salīdzināmāi – rādītāju salīdzināmība ir nepieciešama, lai, pirmkārt, tos varētu salīdzināt ar analogisku informāciju par citu uzņēmumu darbību un, otrkārt, lai tiktu saglabāta pēctecība grāmatvedības uzskaites metodēs dotajā uzņēmumā un līdz ar to nodrošināta uzņēmuma darbības rādītāju salīdzināšana par vairākiem pārskatu periodiem.



2.1. attēls Finanšu pārskatu sastādīšanas principi [9]

Katra informācijas vienība pārskatos tiek iekļauta, vadoties pēc tā, ka šīs finanšu informācijas uzskaitē tiek veikta uz noteiktu uzskaites principu pamata, kā arī ņemot vērā esošos ierobežojumus dažu rādītāju iekļaušanai pārskata informācijā.

Pie uzskaites principiem pieder šādi principi:

- divkāršā ieraksta princips, kurš nosaka katras saimnieciskās operācijas divkāršu ierakstu: viena konta debetā, otra kredītā;
- periodiskuma princips nozīmē to, ka uzņēmumam periodiski jāatskaitās ieinteresētajām pusēm par savu darbību attiecīgajā laikā;
- funkcionējoša uzņēmuma princips nozīmē, ka uzņēmums turpinās savu darbību pietiekami ilgi saskaņā ar dibināšanas mērķi un ka tas netiks tuvākajā laikā likvidēts vai reorganizēts;
- naudas izteiksmes novērtēšanas princips nozīmē naudas mēritāju lietošanu kā universālu rādītāju finanšu pārskatos;
- uzrēķināšanas princips (metode) ļauj grāmatvedim pieņemt lēmumu par to, uz kādu periodu attiecināt atbilstošus ieņēmumus un izdevumus. Uzskaitīšanas metode paredz, ka izdevumi attiecas uz to pārskata periodu, kurā atbilstošā produkcija nosūtīta pircējam, pat ja samaksa par to vēl nav izdarīta. Tāpat izdevumi atspoguļojas tanī pārskata periodā, kurā tie radušies neatkarīgi no tā, vai uzņēmums tos sedzis dotajā pārskata periodā;

- pārskata perioda ienākumu atbilstība pārskata perioda izdevumiem. Šis princips nozīmē, ka dotajā pārskata periodā atspoguļojas tikai tie izdevumi, kuri noteica šī perioda ienākumu saņemšanu.

Uzņēmuma ekonomiskais rezultāts (peļņa vai zaudējumi) par noteiktu laika periodu tiek atspoguļots peļņas – zaudējumu pārskatā. Periodā beigās tiek sastādīts apkopojošais pārskats – bilance.

Naudas plūsmas pārskats sniedz informāciju par naudas līdzekļu kustību pārskata periodā.

Uzņēmuma gada pārskata galvenais mērķis ir sniegt informāciju uzņēmuma dalībniekiem (akcionāriem) par finansiālo stāvokli saimnieciskā gada beigās un par tā attīstības perspektīvām. Pārskata datus izmanto, izstrādājot lēmumus ekonomisko un finansiālo jautājumu rasināšanai, peļņas sadales kārtības vai arī zaudējumu segšanas avotu noteikšanai. Šāda informācija ir nepieciešama, arī lemjot par uzņēmumu reorganizāciju, apvienošanu ar citiem uzņēmumiem vai tā sadalīšanu, par akciju un obligāciju emisiju u. c. jautājumiem.

Visiem finanšu pārskatiem ir raksturīgi kopīgi elementi. Uzņēmuma gada pārskatam ir divas daļas:

- uzņēmuma direkcijas pārskati;
- finanšu pārskati.

Direkcijas pārskati ir savdabīga uzņēmuma vizītkarte. Uz ražošanas, komerciālās un finanšu informācijas bāzes tie atspoguļo uzņēmuma saimniecisko darbību pārskata periodā. Uzņēmuma attīstību parasti parāda par vairākiem gadiem. Aprakstošo daļu mēdz papildināt ar skaitļiem un grafiskiem attēliem. Pārskatos līdzas retrospektīvam un pašreizējam novērtējumam ievieto ar ekonomiskās efektivitātes aprēķiniem pamatotus priekšlikumus uzņēmuma turpmākās darbības veicināšanai.

Direkcijas pārskata ir plaša aprakstoša rakstura informācija, bet finanšu pārskatos ir tikai skaitliska informācija.

Gada pārskata un citu valsts institūcijām sniedzamo pārskatu saturu un iesniegšanas kārtību nosaka likums Par uzņēmuma gada pārskatiem un īpaši normatīvie akti.

LR likums Par grāmatvedību paredz šādu finanšu pārskata saturu:

- bilance;
- peļņas un zaudējumu aprēķins;
- pārējie finanšu pārskati: pārskats par naudas līdzekļu apgrozību, pārskats par uzņēmuma līdzekļiem un to avotiem u.c.;
- paskaidrojumi par finanšu pārskatu svarīgākiem posteņiem;
- auditoru slēdziens.

Uz bilances un peļņas un zaudējumu aprēķina pamata veido uzņēmuma statistiku un dinamikas skatījumā novērtē uzņēmuma finansiālo stāvokli.

Pārskats par naudas līdzekļu apgrozību atspoguļo naudas līdzekļu plūsmas, to izlietošanu, dod iespēju spriest par uzņēmuma maksātspēju.

Pārskats par uzņēmuma līdzekļiem un to avotiem raksturo līdzekļus, to avotus un izlietošanas virzienus.

Liela informatīva nozīme ir **paskaidrojumiem par finanšu pārskatu svarīgākajiem posteņiem**. To plašums, datu detalizācijas pakāpe ir atkarīga no uzņēmuma darbības sarežģītības pakāpes, kā arī no administrācijas un īpašnieku (akcionāru) vajadzības pēc informācijas. Šajos paskaidrojumos tiek detalizēti raksturots bilances, kā arī peļņas un zaudējumu aprēķina saturs, ievērojot skaitlisku un arī aprakstoša rakstura informāciju.

Auditoru slēdziens informē par izskatīto finanšu pārskatu pareizības un ticamības pakāpi. Tajā atspoguļo izdarītas pārbaudes formāli tiesiskos pamatus, pārbaudīto dokumentu atbilstību likuma normām, kā arī pārbaudes slēdzienu. Veikt auditoru pārbaudes it tiesības firmām, kurās darbojas auditoru licences ieguvuši diplomēti grāmatvedības speciālisti.

Ja ir nepieciešams, akcionāri var saņemt periodisku informāciju par uzņēmuma finansiālo stāvokli var arī saņemt vienkāršotus pārskatus par īsāku laika periodu. Šāda veida pārskatus sauc par iekšējiem. Parasti tajos ietver bilanci, peļņas un zaudējumu aprēķinu, pārskatu par uzņēmuma līdzekļiem un to avotiem, maksājumu plūsmu.

Iekšējo pārskatu dati parasti netiek detalizēti analizēti, tomēr tie dod pietiekamu informāciju par saimnieciskā darbībā sasniegtiem rezultātiem, kā arī par uzņēmuma finansiālo stāvokli [9].

2.3. Analīzes informatīvā bāze

Finansiāli ekonomiskās analīzes informācijas pamata bāze ir:

- firmas publiskais gada pārskats, kas ietver finanšu pārskatu un vadības ziņojumu par firmas attīstību, kā arī zvērināta revidenta atzinums, ja uzņēmējsabiedrības rādītāji pārsniedz divus no likuma "Par uzņēmumu gada pārskatiem" 54. panta 2. daļā noteiktajiem kritērijiem (bilances kopsumma – Ls 100 000; neto apgrozījums – 200 000 un pārskata gada vidējais darbinieku skaits – 25). Finanšu pārskats kā kopums sastāv no bilances, peļņas vai zaudējumu aprēķina, naudas plūsmas pārskata, pašu kapitāla izmaiņu pārskata un pielikumiem;
- starpposmu pārskati par finansiāli saimniecisko darbību, kuri pēc vadības lēmuma var tikt sastādīti pārskata perioda starpposmā un ir domāti firmas iekšējām vajadzībām un arī

ārējiem lietotājiem – kredītējošai bankai, investoram u.c. Starpposmu pārskati sastāv no bilances un dažiem pielikumiem, kas atspoguļo atsevišķus bilances posteņus. Starpposmu pārskati var būt mazliet neprecīzi, jo tiek sastādīti, pamatojoties tikai uz uzskaites datiem un neveicot pilnīgu inventarizāciju, kā arī neaprēķinot ar nodokli apliekamo ienākumu un uzņēmumu ienākuma nodokli;

- tekošās grāmatvedības uzskaites dati – dokumentācijas sistēma, sintētisko un analītisko kontu informācija. Analīzē šie dati papildina un atklāj informatīvo bāzi. Grāmatvedim, sagatavojot attiecīgās ziņas, jāņem vērā, ka tām jābūt pietiekami skaidrām un pieejamām tiem, kuriem tās nepieciešamas. Tāpēc mūsdienās grāmatvedim katrā skaitlī jāprot saskatīt tā ekonomisko jēgu.

Iepriekš minētie informācijas avoti tiek izmantoti firmas saimnieciskās darbības un finansiālā stāvokļa kompleksā novērtēšanā.

Šajā nolūkā speciālistam analītiķim, kas var būt profesionāls grāmatvedis, firmas vadītājs vai cits pārvaldītājs, pamatojoties uz finansiāli ekonomiskā stāvokļa padziļinātas analīzes metodiku, jāveic speciāli analītiskie aprēķini.

Firmas finansiālā stāvokļa analīzes pirmais posms ir finanšu pārskata, galvenokārt tā pamatsastāvdaļas – bilances, lasīšana un ekspresanalīze. Lasīt bilanci nozīmē izprast katra posteņa ekonomisko jēgu, paņēmienu bilances novērtēšanai, tās lomu firmas saimnieciskajā darbībā, bilances posteņu savstarpējo saistību un rādītāju izmaiņu nozīmi [6].

2.4. Finanšu pārskata ekspresanalīze

Finanšu pārskats ir savstarpēji saistītu rādītāju sistēma, un pēc šiem rādītājiem var gūt priekšstatu par firmas finansiālo un ekonomisko stāvokli.

Pārskata rādītāju savstarpēja saistība nozīmē to, ka viens un tas pats rādītājs vienlaikus var atrasties vairākas pārskata sastāvdaļās. Piemēram, pārskata gada tīrā nesadalītā peļņa tiek parādīta gan bilancē, gan peļņas un zaudējumu aprēķinā; bilancē atspoguļotais pašu kapitāla lielums pārskata gada sākumā un beigās atbilst analogam rādītājam pašu kapitāla izmaiņu pārskatā; naudas līdzekļu atlikums bilancē atbilst atlikumam naudas plūsmas pārskatā utt.

Lasot vai analizējot pārskata galvenās sastāvdaļas – bilanci un peļņas vai zaudējumu aprēķinu, iespējams gūt izpratni ne tikai par firmas statistiskajiem, bet arī dinamiskajiem rādītājiem.

Ekspresanalīzi ieteicams sākt ar finanšu pārskata vizuālo novērtējumu, kurā atklājas atsevišķu posteņu formālās pazīmes un izmaiņas.

Uz formālajām pazīmēm jāattiecinā pareizi aritmētiskie aprēķini: starpposmu kopsummas, pārskata rādītāju savstarpējā saistība un pēctecība hronoloģiskā nozīmē, visu bilances aktīva un

pasīva iedaļu kopsummu vienlīdzība un visbeidzot – parakstu esamība. Nepareizi un pavirši aizpildīts pārskats var būt iemesls kļūdainiem analītiskiem secinājumiem.

Atsevišķu bilances posteņu izmaiņu vizuālais novērtējums

Ja firmā uz pārskata perioda sākumu un beigām notikusi īpašuma maiņa, to iespējams noteikt, salīdzinot bilances aktīva kopsummas. Firmas sasniegtos rezultātus pārskata periodā var novērtēt, peļņas vai zaudējumu aprēķina datus salīdzinot ar iepriekšējo periodu.

Lai atrastu bilances “slidenos” posteņus, kuri acīm redzami liecina par neapmierinošu darbu pārskata periodā un likumsakarīgi – par sliktu finansiālo stāvokli, var izmantot informāciju no pielikumiem un atšifrējumiem, kas ir finanšu pārskata sastāvdaļas.

Par bilances pasīva “slidenajiem” posteņiem noteikti uzskatāmi iepriekšējo gadu nesegtie zaudējumi un pārskata gada nesegtie zaudējumi. Neiedziļinoties cēloņos, kāpēc firma strādā ar zaudējumiem, negatīvu starpību starp ieņēmumiem un izdevumiem var izsecināt pēc peļņas vai zaudējumu aprēķina apvienotājiem rādītājiem.

Ņemot talkā bilances pielikumu, var parādīties laikā nenomaksātie kredīti un aizņēmumi un nokavētie kreditoru parādi. Šie posteņi liecina par neapmierinošu finansiālo stāvokli, jo firma nespēj norēķināties par savām saistībām un tai ir nokavētie parādi.

Aizplīvurots “slidens” postenis var būt debitoru parāds, jo tas ietver ne tikai normālu, bet arī neattaisnotu parādu.

Pārskata vizuāls novērtējums, kā zināms, neprasa papildu analītiskus aprēķinus.

Tālāk ekspresanalīzē pēc bilances un citu pārskata sastāvdaļu rādītājiem iespējams veikt vienkāršus aprēķinus.

1. Noteikt pašu apgrozāmo līdzekļu summu [6,169]:

$$PK - IIe, \text{ kur} \quad (2.1.)$$

PK – pašu kapitāls;

IIe – ilgtermiņa ieguldījumi.

Par normālu uzskatāma attiecība: $PK > IIe$.

Šī attiecība (2.1.) raksturo firmas pašu līdzekļu izmantojumu: daļa līdzekļu novirzīta ilgtermiņa ieguldījumu iegādei, atlikusi daļa – apgrozāmu līdzekļu segšanai.

Ja šī attiecība nav ievērota, tas nozīmē ka firmai trūkst savu apgrozāmo līdzekļu un īstermiņa saistību nokārtošanai ir nepieciešams piesaistīt īstermiņa kredītus un aizņēmumus, kas pastiprina firmas finansiālo atkarību un pasliktina finansiālo stāvokli.

Maksātspējas problēmu atrisināšanā pamatlīdzekļu piespiedu izpārdošana nav labākais risinājums.

2. Noteikt īstermiņa saistību nodrošinājumu ar apgrozāmajiem līdzekļiem [6,170]:

1 – ĪK, kur (2.2.)

1 – apgrozāmie līdzekļi;

ĪK – īstermiņa kreditori.

Par normālu tiek uzskatīta attiecība: $1 > \text{ĪK}$.

Tas nozīmē, ka apgrozāmo līdzekļu summai, kas ietver ieguldījumus krājumos, naudas līdzekļus, norēķinus un citus aktīvus, jābūt lielākai par īstermiņa kreditoru saistību summu.

Šī nevienādība (2.2.) raksturo firmas pašreizējo darbību, t.i., apgrozāmie aktīvi atrodas atbilstošā sastāvā, spēj nepārtraukti atjaunoties, un firmai ir iespēja laikus pilnībā norēķināties par kārtējām saistībām attiecībā uz preču, materiālu piegādi, pakalpojumu saņemšanu, nodokļu un citiem maksājumiem.

Lai firmas pašreizējo darbību neietekmētu neparedzēti apstākļi, krājumu nodrošinājumam jābūt lielākam nekā saistībām.

3. Noteikt tīros aktīvus, kuri raksturo firmas īpašuma stāvokli [6,170]:

A – 1, kur (2.3.)

A – aktīvi;

1 – aizņemtie līdzekļi.

Par normālu tiek uzskatīta attiecība: $A > 1$.

Šis rādītājs interesē kreditorus, investorus, bankas un konkurentus. Tīro aktīvu izmaiņas noteiktā periodā atspoguļo firmas reālos sasniegumus vai, pretēji, zaudējumus.

Ekspresanalīzi var veikt pārskata galvenās sastāvdaļas – bilances – ietvaros. Tomēr pilnīgai finanšu analīzei tās saturs ir nepietiekams.

Bilances saturs raksturojams šādi:

- 1) bilance atspoguļo firmas saimniecisko līdzekļu lielumu konkrētā brīdī un sniedz informāciju par to, kādi līdzekļi pieder uzņēmumam (bilances aktīvas) un kādi ir šo līdzekļu avoti (bilances pasīvs), taču pēc bilances datiem nav iespējams noteikt, kāpēc rādies šāds stāvoklis;
- 2) grāmatvedības bilance tiek sastādīta, pamatojoties uz bilances kontu atlikumiem, tomēr katrā bilances postenī ir parādīts viena konta atlikums vai dažu viena veida kontu atlikumi, piemēram, konti “Norēķinu konts bankā”, “Kase”, “Pārējie naudas līdzekļi” ir apvienoti vienā bilances postenī “Naudas līdzekļi”;

3) bilances posteņu novērtējums. Visi pamatlīdzekļi un apgrozāmie līdzekļi bilancē tiek novērtēti to iegādes cenās. Taču tas var neatbilst firmas resursu reālajai tirgus cenai.

Tāpēc bilances analīze ir jāpapildina ar citiem informācijas avotiem, izveidojot analītiskas tabulas, dažādu rādītāju aprēķinus un novērtējumu dinamiskā [6,158-172].

2.5. Finanšu pārskatu horizontālā un vertikālā analīze

Horizontālās analīzes metode

Metodes būtība: pētāmo rādītāju lielumu analizējamā periodā salīdzina ar to pašu rādītāju lielumu iepriekšējā periodā (bāzes gadā) vai ar budžetā paredzēto rādītāju. Izmantojot šo metodi ir iespējams analizēt:

- rādītāju pārmaiņas laikā;
- rādītāju novirzes no budžeta.

Ar dinamiku saprot parādību pārmaiņu laika periodā. Dinamikas analīzi veic īsākiem un garākiem laika periodiem, par optimālo pieņem 2 – 3 gadus. Dinamikas metode parāda pētāmo rādītāju pārmaiņu tendences un dod iespēju analīzes gaitā izpētīt dažādu faktoru ietekmi uz dotā rādītāja pārmaiņām un noteikt to lielumu.

Tātad dinamikas analīze ļauj:

- noteikt rādītāju izmaiņu tendences;
- izpētīt dažādu faktoru ietekmi uz dotā rādītāja izmaiņām un noteikt to lielumu;
- noteikt rādītāju dinamisko izmaiņu likumsakarības.

Pārmaiņas analīzē ar indeksu palīdzību vai procentuālā izteiksmē [2,125] :

$$\text{Dinamikas indekss (DI)} = \frac{\text{Pārskata perioda rādītājs}}{\text{Bāzes perioda jeb budžeta rādītājs}} \quad (2.4)$$

Dinamikas pārmaiņas procentuālā izteiksmē aprēķina [2,125]:

$$\text{DI} * 100\% - 100\% \quad (2.5)$$

Bāzes gada vai budžeta rādītājiem dinamikas indekss būs vienāds ar 1 un procentuālā izteiksmē – 100%. Pārējo gadu rādītāju dinamiku izsaka attiecībā pret šo bāzes gadu.

Dinamikas metodi var izmantot jebkurai budžeta vai gada pārskata sastāvdaļas analīzei [1, 124 – 125].

Vertikālās analīzes metode

Metodes būtība: šī metode dod iespēju analizēt pētījuma objekta struktūras pārmaiņas laika periodā, kā arī salīdzinājumā ar budžetu. Ar to saprot:

- katra atsevišķa rādītāja sastāvdaļu pētīšanu un to izmaiņu tendenču noteikšanu;
- rādītāju sastāvdaļu izmaiņu lielumu noteikšanu kopējā novirzes lielumā.

Pēc šīs metodes pētījuma objekts tiek pieņemts par 100% un no tā noteic atsevišķu sastāvdaļu attiecību pret objekta kopapjomu. Tā veidojas objekta struktūra. Analīzes mērķis – ar vertikālas metodes palīdzību raksturot pētījuma objekta struktūras pārmaiņas.

Attiecība starp ilgtermiņa ieguldījumiem un apgrozāmajiem līdzekļiem no dinamikas skatījuma (horizontālā metode) dod informāciju par to, kādā veidā uzņēmums sadala visus sev piederošos līdzekļus starp ilgstoši lietojamiem objektiem (ilgtermiņa līdzekļiem) , un kāda pastāv tendence šim sadalījumam [2, 129].

2.6. Finanšu pārskatu koeficientu analīze

Koeficientu analīze ir sistemātiska attiecību salīdzināšana, izmantojot finanšu pārskatu informāciju ar mērķi noskaidrot uzņēmuma attīstības likumsakarības un raksturot uzņēmuma finansiālo pozīciju. Koeficientu vai rādītāju analīzē tiek noteiktas nozīmīgas likumsakarības starp diviem finanšu pārskatu komponentiem. Pēc būtības koeficients ir skaitlis, kas iegūts aritmētisko darbību rezultātā no diviem finanšu pārskatu skaitļiem. Tāpēc iespējams aprēķināt ļoti daudzus un dažādus koeficientus. Taču tikai neliels koeficientu skaits ietver svarīgu informāciju par uzņēmuma finansiālo stāvokli. Finanšu analīzes praksē izmanto koeficientus, kurus var sagrupēt četrās grupās:

- 1) likviditātes rādītāji,
- 2) rentabilitātes rādītāji,
- 3) maksātspējas rādītāji,
- 4) līdzekļu izmantošanas efektivitātes rādītāji.

Katrs koeficients, kas izrēķināts atsevišķi, nedod nekādu informāciju par uzņēmumu. Tikai koeficientu piramīda un to izmaiņas laikā, kā arī salīdzinājumā ar nozares vidējiem rādītājiem dod vērtīgu informāciju par uzņēmuma finansiālo pozīciju.

Koeficientu analīzes mērķis ir aprēķināt svarīgākos rādītājus un noteikt to izmaiņu dinamiku analīzes periodā.

Finanšu koeficienti parāda finanšu proporcijas starp dažādiem pārskatu posteņiem. Finanšu koeficientu aprēķins pats par sevi nedod pietiekamu informāciju par uzņēmuma finansiālo

stāvokli. Lai analizētu uzņēmuma finansiālo, izmantojot koeficientu analīzes rezultātus, nepieciešams aprēķinātos koeficientus (rādītājus) salīdzināt ar kādu bāzi.

Par salīdzināšanas bāzi var kalpot:

- 1) vispārpieņemtie parametri;
- 2) nozares vidējie rādītāji;
- 3) iepriekšējo gadu analogiskie rādītāji;
- 4) konkurējošo uzņēmumu rādītāji;
- 5) kādi citi analizējamā aprēķina rādītāji.

Katras salīdzināšanas bāzes izmantošanai ir savas priekšrocības un trūkumi:

1. Tikai dažiem koeficientiem eksistē normas vai vispārpieņemtie parametri. Turklāt uzņēmuma rādītāju atšķirība no vispārpieņemtajām normām var būt saistīta ar nozares specifiku, ekonomiskās vides attīstības specifiku vai arī ar sezonālātes ietekmi.

2. Pašlaik Latvijā nav iespējams iegūt ticamu informāciju par nozares vidējiem rādītājiem. Ir iespējams iegūt datus tikai par dažu uzņēmumu vidējiem datiem, kas var kalpot kā orientējošie rādītāji.

3. Uzņēmuma rādītāju salīdzināšana ar pašu rādītājiem dod iespēju konstatēt tikai paša uzņēmuma attīstības virzienu un nedod nekādu informāciju par uzņēmuma vietu nozarē un salīdzinājumā ar konkurentiem.

4. Par konkurējošo uzņēmumu ir iespējams iegūt tikai publicētos datus, kuri var nebūt pietiekami detalizēti, lai veidotu bāzi par rādītāju salīdzināšanai.

5. Jebkura cita analizējamā uzņēmumā rādītāji ietver uzņēmuma specifisku informāciju, kas ietekmē arī rādītājus.

Koeficienti ir ļoti spēcīgs uzņēmuma analīzes instruments, ja

- 1) koeficienti tiek rēķināti regulāri un ir iespējams pārskatīt tendences un izmaiņas;
- 2) koeficientus, kas izrēķināti vienam uzņēmumam, ir iespējams salīdzināt ar vidējiem rādītājiem nozarē;
- 3) koeficienti ir sagatavoti, ņemot vērā iekšējās likumsakarības un attiecības.

Tabulā ir apkopota informācija (skat.2.2.tab.), kuru var iegūt par uzņēmuma finansiālo stāvokli, izmantojot dažādas rādītāju grupas [5, 76 – 78].

Finanšu analīzes koeficienti [5, 78]

RĀDĪTĀJI	INFORMĀCIJA
Likviditātes rādītāji	
Likviditātes rādītājs	Uzņēmuma spēja norēķināties par savām īstermiņa saistībām
Ātrais rādītājs	Uzņēmuma spēja ātri norēķināties par savām īstermiņa saistībām
Pelnītspējas rādītāji	
Peļņas norma	Peļņa no katra apgrozījuma lata
Atdeve no līdzekļiem (kapitāla)	Uzņēmumā iesaistītā kapitāla peļnītspēja
Atdeve no īpašnieku kapitāla	Īpašnieku ieguldījumu peļnītspēja
Aktivitātes rādītāji	
Krājumu aprīte	Relatīvs krājumu līmenis
Debitoru aprīte	Kredīta realizācijas daļa pārdevumu apjomā
Debitoru aprītes laiks (dienas)	Vidējais klientu parādu iekasēšanas laiks
Maksātspējas rādītāji	
Parādu rādītājs	Raksturo attiecību starp pašu kapitālu un piesaistīto kapitālu
Maksātspējas rādītājs	Uzņēmuma spēja norēķināties par īstermiņa saistībām
Naudas izmaksu rādītājs	Kredītu drošība saņemt maksājumu par kapitāla piesaistīšanu

Likviditātes rādītāji ir rādītāji, ar kuru palīdzību var novērtēt uzņēmuma spēju atmaksāt savus pašreizējos parādus. Šī spēja ir atkarīga no attiecības starp uzņēmuma maksāšanas līdzekļu potenciālu un uzņēmuma finansiālajām saistībām. Maksāšanas līdzekļu potenciāls nozīmē uzņēmumam piederošos likvīdos līdzekļus

Par likvīdiem sauc tos aktīvus, kuri jau atrodas naudas formā, kā arī tos, kurus ātri var pārvērst naudas formā. Aktīvus ir iespējams klasificēt pēc likviditātes pakāpes:

- augsti likvīdi līdzekļi;
- vidēji likvīdi līdzekļi;
- zemi likvīdi līdzekļi.

Jo uzņēmumam ir vairāk likvīdo aktīvu, jo tā ekonomiskās iespējas ir lielākas. Atkarībā no aktīvu likviditātes pakāpes izšķir trīs likviditātes rādītājus (koeficientus) [16,45]:

$$\text{Likviditātes kopējais koeficients jeb likviditāte} - 1 (L1) = \frac{\text{Apgrozāmie līdzekļi}}{\text{Īstermiņa saistības}} \quad (2.6)$$

Koeficienta teorētiskā pietiekamība ir 1- 2. Ja likviditātes -1 lielums ir mazs, tad uzņēmumā var izveidoties grūtības īstermiņa saistību dzēšanā. Ja šis lielums ir nozīmīgs, tad uzņēmums pārāk daudz kapitāla ir iesaldējis apgrozāmajos līdzekļos var arī nepietiekami izmantojis īstermiņa kredītus.

- pārdotās produkcijas apjoma;
- krājumu aprites ātruma;
- debitoru parādu lieluma;
- kredīta piešķiršanas noteikumiem;
- nozares specifikas.

Uzņēmuma finansiālo stāvokli negatīvi ietekmē gan tīro apgrozāmo līdzekļu trūkums, gan to pārmērīgs lielums. Nepietiekams lielums var izraisīt uzņēmuma bankrotu, jo liecina par uzņēmuma nespēju savlaicīgi segt īstermiņa saistības. Šo līdzekļu nepietiekamību var izraisīt šādi apstākļi:

- zaudējumi uzņēmuma saimnieciskajā darbībā;
- bezcerīgs debitoru parādu pieaugums;
- dārgu pamatlīdzekļu iegāde bez iepriekšējas naudas līdzekļu uzkrāšanas šiem mērķiem;
- dividenžu izmaksa bez attiecīgas peļņas;
- uzņēmuma nesagatavotība ilgtermiņa saistību dzēšanai.

Pārmērīgs tīro apgrozāmo līdzekļu pārsvars pār optimālo nepieciešamo lielumu liecina par resursu neefektīvu izmantošanu [9, 220-222].

Maksātspējas rādītāji atspoguļo uzņēmuma spēju segt īstermiņa un ilgtermiņa saistības [2,134]:

$$\text{Saistību īpatsvars bilancē} = \frac{\text{Saistības}}{\text{Balances kopsumma}} * 100 \quad (2.10)$$

Saistību summa nevar pārsniegt kopējo aktīvu lielumu. Augsts šī rādītāja līmenis rāda, ka uzņēmumam ir grūti atmaksāt aizdotās summas, jo par tām ir jāmaksā liela procentu summa. Zems šī rādītāja līmenis nodrošina kreditoriem iespēju netraucēti saņemt aizdotās summas. Sakarā ar to kreditori vēlas, lai šis rādītājs būtu zemāks. Tomēr zems aizņemtā kapitāla līmenis parasti raksturo zemu saistību tempu [2,134].

$$\text{Pašu kapitāla īpatsvars bilancē} = \frac{\text{Pašu kapitāls}}{\text{Balances kopsumma}} * 100 \quad (2.11)$$

Rādītāju var aprēķināt arī citādā veidā [2,134]:

$$\text{Finanšu neatkarības koeficients} = 1 - \text{Finanšu atkarības koeficients} \quad (2.12)$$

Jo mazāks ir finanšu atkarības rādītāja līmenis, jo kreditoru risks palielinās. Koeficienta teorētiskā pietiekamība ir robežās 0,5 – 0,6 [2,134].

$$\text{Finanšu līdzsvara koeficients} = \frac{\text{Saistības}}{\text{Pašu kapitāls}} \quad (2.13)$$

Rādītājs raksturo saistību summu, kura pienākas uz pašu kapitāla Ls 1,00. Rādītājs ir atkarīgs no saimnieciskās darbības rakstura un apgrozāmo līdzekļu aprites ātruma. Augsts šī rādītāja līmenis apliecina, ka uzņēmums daudz izmanto aizņemtos līdzekļus. Zems līmenis rāda, ka uzņēmumam ārējā kapitāla piesaistīšana saistīta ar mazāku risku. Kreditori dod priekšroku zemākam šī koeficienta līmenim. Rādītājs raksturo finansiālo risku, ar kuru uzņēmums saskaras finansēšanas procesā un rāda ārējās finansēšanas lielumu. Jo zemāks ir rādītāja līmenis, jo augstāka ir uzņēmuma drošības pakāpe [2, 134 – 135].

Līdzekļu izmantošanas efektivitātes rādītāji raksturo, cik efektīvi uzņēmums izmanto savus līdzekļus, lai saražotu produkciju (pakalpojumus) pārdošanai. Tie rāda uzņēmuma līdzekļu aprites ātrumu un sniedz informāciju par līdzekļos ieguldīto kapitāla pietiekamību [1,135]:

$$\text{Aktīvu aprites koeficients} = \frac{\text{Neto apgrozījums}}{\text{Vidējā aktīvu vērtība}} \quad (2.14)$$

Rādītājs raksturo aktīvu izmantošanas intensitāti un rāda ieņēmumu lielumu, ko nodrošina saimnieciskajos līdzekļos (aktīvos) ieguldītais Ls 1,00

Sakarā ar to, ka visu aktīvu summa sakrīt ar kapitāla lielumu, aktīvu aprites koeficientu var nosaukt arī par kapitāla aprites koeficientu [2,135].

$$\text{Kapitāla aprite} = \frac{\text{Neto apgrozījums}}{\text{Vidējā kapitāla vērtība}} \quad (2.15)$$

No kapitāla aprites viedokļa tas pats rādītājs raksturo cik efektīvi uzņēmums izmanto kapitālu neto apgrozījuma veidošanā un rāda ieņēmumu daudzumu uz vienu ieguldīto latu.

Ja aktīvu aprites koeficienta saucējā būs apgrozāmo līdzekļu summa, tad aktīvu aprites koeficients kļūst par apgrozāmo līdzekļu aprites koeficientu [2,135].

$$\text{Apgrozāmo līdzekļu aprites koeficients} = \frac{\text{Neto apgrozījums}}{\text{Vidējā apgrozāmo līdzekļu vērtība}} \quad (2.16)$$

Ja aktīvu aprites koeficienta saucējā būs ilgtermiņa ieguldījumu summa, tad aktīvu aprites koeficients kļūs par ilgtermiņa ieguldījumu aprites koeficientu [2,135].

$$\text{Ilgtērmiņa ieguldījumu aprites koeficients} = \frac{\text{Neto apgrozījums}}{\text{Vidējā ilgtermiņa ieguldījumu vērtība}} \quad (2.17)$$

Ja ilgtermiņa ieguldījumu aprites koeficients ir zems, tad tas nozīmē, ka pieļautas pārmērības ilgtermiņa ieguldījumu veidošanā. Šādos gadījumos uzņēmumam ir lietderīgi liekos pamatlīdzekļus pārdot vai uz laiku iznomāt.

Aktīvu aprites koeficienti rāda, cik reizes aktīvi gada laikā pārvēršas par ieņēmumiem no pārdošanas. Aktīvu aprites koeficientu var nosaukt arī par aktīvu ražīguma koeficientu.

Aktīvu aprites koeficients sniedz informāciju par to vai uzņēmums iegūst pietiekamus pārdošanas ienākumus no izmantojamajiem aktīviem [2,136]:

$$\text{Krājumu aprites koeficients} = \frac{\text{Pārdotās produkcijas Ražošanas izmaksas}}{\text{Krājumu vidējais atlikums}} \quad (5.18)$$

$$\text{Krājumu vienas aprites ilgums} = \frac{\text{Gada dienu skaits}}{\text{Krājumu aprites koeficients}} \quad (2.19)$$

Koeficients rāda, cik reizes krājumos ieguldītie līdzekļi gada laikā apritējuši. Skaitītājā var izmantot arī neto apgrozījumu, kuru mērī pārdošanas cenās, bet pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas, kuras tiek novērtētas to faktisko izmaksu apmērā tāpat kā krājumi bilancē, dod precīzāku informāciju un ir labāk piemēroti aprēķinos.

Zems krājumu aprites koeficients nozīmē to, ka krājumos ir ieguldīts daudz līdzekļu [2,136].

$$\text{Krājumu vidējais atlikums} = \frac{\text{Krājumi perioda sākumā} + \text{Krājumi perioda beigās}}{\text{Krājumu vidējais atlikums}} \quad (2.20)$$

Pārmērīgi krājumi nozīmē nepamatotu līdzekļu iesaldēšanu, kura savukārt liecina par neefektīvu līdzekļu iesaldēšanu. Augsts koeficients var radīt uzņēmumā sarežģītu situāciju [2, 135 – 136].

$$\text{Debitoru parādu aprite} = \frac{\text{Neto apgrozījums}}{\text{Debitoru parādu vidējais atlikums}} \quad (2.21)$$

Debitoru parādu vidējais atlikums tiek aprēķināts analogiski krājumu vidējam atlikumam (2.20) [2, 136]. Sakarā ar to, ka pamatdarbības ieņēmumi peļņas un zaudējumu aprēķinā parādās bez pievienotās vērtības nodokļa, bet debitoru parādi bilances pārskatā – ar nodokli.

Debitoru aprites koeficients rāda, cik reizes kopējais parāds aprit gada laikā. Tas raksturo uzņēmuma spēju laikus iekasēt parādus par kredītā pārrotajām precēm un rāda, cik dienas vidēji paiet no produkcijas pārdošanas datuma līdz samaksas saņemšanas dienai.

(2.22)

$$\text{Debitoru parādu vienas aprites ilgums} = \frac{\text{Gada dienu skaits}}{\text{Debitoru parādu aprites koeficients}}$$

Jo ātrāk notiek kredīta iekasēšana, jo labāk uzņēmumam (1,22) [1, 136]. Atbrīvotos līdzekļus var ieguldīt peļņu nesošos darījumos. Bet ilgāks iekasēšanas periods var palielināt klientu skaitu un tas sekmē apgrozījuma pieaugumu.

Krājumu un debitoru aprites koeficienti rāda ātrumu, ar kādu tie pārvēršas skaidrās naudas formā, kas savukārt ietekmē uzņēmuma finansiālo stabilitāti [2, 137].

Rentabilitātes (ienesīguma) rādītāji raksturo uzņēmuma ienesīgumu. Rentabilitāte ir attiecība starp peļņas lielumu un kādu citu rādītāju, kurš nodrošina šīs peļņas lielumu [11,137].

(2.23)

$$\text{Pašu kapitāla rentabilitāte} = \frac{\text{Pārskata perioda peļņa}}{\text{Pašu kapitāla gada vidējā summa}} * 100$$

Pašu kapitāla rentabilitāte vai finansiālā rentabilitāte rāda, kādu peļņu ieguvuši uzņēmuma īpašnieki no katra ieguldītā lata. Rādītājs raksturo pašu kapitāla izmantošanas efektivitāti [11,137].

(2.24)

$$\text{Aizņemtā kapitāla rentabilitāte} = \frac{\text{Samaksātie procenti}}{\text{Aizņemtā kapitāla gada vidējā summa}} * 100$$

Par aizņemtā kapitāla izmantošanu uzņēmums maksā procentus: jo vairāk izmanto aizņemto kapitālu, jo lielāka maksājamo procentu summa.

Ekonomiskā rentabilitāte vai aktīvu rentabilitāte raksturo peļņas lielumu uz vienu uzņēmuma aktīvu vienību [11,137].

(2.25)

$$\text{Aktīvu vai kapitāla rentabilitāte} = \frac{\text{Neto peļņa}}{\text{Aktīvu vidējā gada vērtība}} * 100$$

Rādītājs rāda, cik efektīvi uzņēmums izmanto aktīvus lai gūtu ienākumus.

Komerציālā rentabilitāte vai apgrozījuma rentabilitāte parāda, kādu peļņu uzņēmums ieguvis no Ls 1,00 realizācijas ieņēmumiem [2,137].

$$\begin{aligned} \text{Neto apgrozījuma} \\ \text{rentabilitāte vai} \\ \text{komerciālā} \\ \text{rentabilitāte} \end{aligned} = \frac{\text{Pārskata perioda peļņa}}{\text{Neto apgrozījums}} * 100 \quad (2.26)$$

Rādītājs raksturo produkcijas vai pakalpojumu pārdošanas rezultātā iegūto peļņu.

Ja šo rādītāju aprēķina, skaitītājā izmantojot peļņu pirms procentu un nodokļu atskaitīšanas, tad pēdējais kļūst par operatīvas darbības rentabilitātes rādītāju [2,138].

$$\begin{aligned} \text{Operatīvā darbības} \\ \text{rentabilitāte} \end{aligned} = \frac{\text{Peļņa pirms procentu un nodokļu} \\ \text{atskaitījumiem}}{\text{Neto apgrozījums}} * 100 \quad (2.27)$$

Aprēķinā izmanto rādītāju "Peļņa pirms procentu un nodokļu atskaitīšanas", jo tas neietver ieņēmumus un izmaksas, kas nav saistītas ar produkcijas un pakalpojumu ražošanu vai pārdošanu. Tādēļ šis rādītājs atbilst uzņēmuma operatīvai darbībai.

Operatīvās darbības rentabilitāte raksturo produkcijas ražošanas un pārdošanas efektivitāti kopējo ienākumu veidošanā [2,138].

$$\begin{aligned} \text{Bruto peļņas} \\ \text{rentabilitāte} \end{aligned} = \frac{\text{Bruto peļņa}}{\text{Neto apgrozījums}} * 100 \quad (2.28)$$

Rādītājs sniedz informāciju, kādā mērā apgrozījuma pārmaiņas ietekmē bruto peļņas lielumu.

Kapitāla un aktīvu rentabilitātes rādītājus arī var aprēķināt, izmantojot aktivitātes rādītājus [2,138]:

$$\text{Kapitāla rentabilitāte} = \text{Kapitāla aprites koeficients} * \text{Apgrozījuma rentabilitāte} \quad (2.29)$$

vai

$$\frac{\text{Peļņa}}{\text{Kapitāls}} = \frac{\text{Neto apgrozījums}}{\text{Kapitāls}} * \frac{\text{Peļņa}}{\text{Neto apgrozījums}} (\%)$$

Analoģiski aprēķina aktīvu rentabilitāti [2,138]:

$$\text{Aktīvu rentabilitāte} = \text{Aktīvu aprites koeficients} * \text{Apgrozījuma rentabilitāte} \quad (2.30)$$

vai

$$\frac{\text{Peļņa}}{\text{Aktīvs}} = \frac{\text{Neto apgrozījums}}{\text{Aktīvs}} * \frac{\text{Peļņa}}{\text{Neto apgrozījums}} (\%)$$

Izmantojot šīs formulas, jāpievērš uzmanību aprēķinos izmantotajiem peļņas rādītājiem. Tā var būt plānotā vai pārskata gada peļņa, peļņa pirms procentiem un nodokļiem utt.

Kopumā rentabilitātes rādītāji raksturo uzņēmuma darbības efektivitāti peļņas gūšanas procesā.

Uzņēmuma saimniecisko darbību raksturo daudz rādītāju, kas ļoti atšķiras dažādās nozarēs, pat nerunājot par to, ka vienas nozares uzņēmumi var lietot atšķirīgas uzskaites un vērtēšanas metodes [2, 137 – 138].

2.7. Bankrota diagnostika

Bankrota diagnostika ir mērķa finanšu analīzes sistēma, kuras virziens ir krīzes situācijas kontrolēšana uzņēmumā. Šim nolūkam kopējā uzņēmuma finansiālā stāvokļa analīze tiek izveidota atsevišķa rādītāju grupa, pēc kuriem var spriest par bankrota draudiem. Šajā rādītāju grupā ietilpst likviditātes un maksātspējas rādītāji, kapitāla struktūras rādītāji, saistību dzēšanas periods, tīrais apgrozāmais kapitāls u.c. rādītāji.

1. Maksātspējas draudu līmenis tiek diagnosticēts ar maksātspējas koeficientu palīdzību un pirmām kārtām ar absolūtas likviditātēs koeficienta palīdzību. Šim nolūkam var izmantot arī debitoru parādu inkasācijas un īstermiņa saistību dzēšanas periodu aprēķinus. Ja vidējais debitoru inkasācijas periods pārsniedz piegādātāju kredītu dzēšanas vidējo periodu, uzņēmumā var rasties maksātspējas draudi naudas līdzekļu trūkuma dēļ.

2. Gaidāmā bankrota draudu līmenis tiek diagnosticēts ar finansiālas stabilitātes koeficientu palīdzību. Šie rādītāji tiek analizēti dinamiski pa vairākiem periodiem. Finansiālas stabilitātes pazemināšanas tendence liecina par pieaugošajiem bankrota draudiem nākotnē.

3. Spēja neitralizēt bankrota draudus. Uzņēmuma iekšējais finansiālais potenciāls tiek diagnosticēts ar rentabilitātes un aprites koeficientu sistēmas palīdzību. Pirmā rādītāju grupa parāda, cik lielā mērā uzņēmuma aktīvi ir spējīgi ģenerēt peļņu, t.i., veidot papildu naudas plūsmu, ko izmanto pieaugošo maksājumu veikšanai. Otra rādītāju grupa raksturo papildus naudas līdzekļu veidošanās ātrumu. Šīs diagnostikas pamatā ir t.s., Duponta modelis. Ārvalstu praksē tiek lietots **E. Altmana modelis Z** – skaitlis, kura formula tika izstrādāta 1968.gadā, veicot bankrotējošo uzņēmumu rādītāju analīzi. Katram uzņēmumam tika aprēķināti 22 rādītāji, no kuriem tika atlasīti pieci. Pēc profesora E. Altmana domām, šiem rādītājiem ir vislielākā prognozēšanas iespēja. Šie rādītāji ir [9,273]:

$$X1 = \text{Tīrais apgrozāmais kapitāls} : \text{Aktīvu kopsumma}; \quad (2.31)$$

$$X2 = \text{Nesadalītā peļņa} : \text{Aktīvu kopsumma}; \quad (2.32)$$

$$X3 = \text{Peļņa pirms nodokļiem} : \text{Gada vidējā aktīvu vērtība}; \quad (2.33)$$

$$X4 = \text{Akciju tirgus vērtība : Aizņemtālais kapitāls;} \quad (2.34)$$

$$X5 = \text{Neto apgrozījums : Gada vidējā aktīvu vērtība.} \quad (2.35)$$

Rādītājs X1. Tīrais apgrozāmais kapitāls ir starpība starp apgrozāmo līdzekļu un īstermiņa saistību summu bilancē. Šis rādītājs raksturo gan uzņēmuma likviditāti, gan parāda tīrā apgrozāmā kapitāla īpatsvaru aktīvu kopsummā. Ja uzņēmumam ir problēmas ar likviditāti, tad šis rādītājs būs zems.

Rādītājs X2 parāda nesadalītās peļņas īpatsvaru aktīvu finansējumā. Maksātnespējas prognozēšanā vadītāji ir ieinteresēti tie šis rādītājs būtu augsts.

Rādītājs X3 ir aktīvu rentabilitātes rādītājs, pēc kura var spriest par uzņēmuma līdzekļu izmantošanas efektivitāti. Tas parāda, cik daudz peļņas pienākas uz katru uzņēmuma aktīvos ieguldīto līdzekļu latu. Jo lielāks ir šis rādītājs, jo mazāka ir nepieciešamība izmantot aizņemto kapitālu un kapitāla struktūra ir finansiāli drošāka.

Rādītājs X4 ir piemērojams tikai akciju sabiedrībās, kuras savas akcijas pārdod attīstītā vērtspapīru tirgū. Latvijā vērtspapīru tirgus vēl nav pietiekami attīstīts, tāpat šo rādītāju var pārveidot, akciju tirgus vērtības vietā izmantojot akciju nominālo vērtību. Pēc savas būtības šis rādītājs raksturo kapitāla struktūru. Ir samērā grūti viennozīmīgi noteikt, kādam rādītājam uzņēmumā jābūt – zemākam vai augstākām. Ja uzņēmums mazāk izmanto aizņemto kapitālu, šis rādītājs būs augstāks, tomēr pašu kapitāla efektivitāti tas pazeminās. Šajā modelī ir vēlamā rādītāja augstāka nozīme.

Rādītājs X5 ir aktīva aprites ātruma rādītājs. Jo ātrāk aprīte uzņēmuma aktīvi, jo lielākas ir uzņēmuma iespējas norēķināties par savām saistībām, tāpat šis rādītāja nozīme ir vēlama augstāka.

Visu minēto koeficientu apvienošanai Z – skaitlī, tie ir jāreizina ar noteiktu korelācijas koeficientu, pēc kuru lieluma var spriest par konkrētā X rādītāja nozīmi pētāmajā problēmā.

Z – skaitli var izteikt ar šādas formulas palīdzību [9,274]:

$$Z = 1,2 \cdot X1 + 1,4 \cdot X2 + 3,3 \cdot X3 + 0,6 \cdot X4 + 1,0 \cdot X5 \quad (2.36)$$

Ja Z – skaitlis ir lielāks par 3, tad bankrota iespējamība ir zema un potenciālajiem kreditoriem nav nepieciešams veikt sīkāku finansiālā stāvokļa analīzi.

Ja Z – skaitlis ir robežās no 2,7 līdz 3, tad bankrots var iestāties. Tas nozīmē, ka uzņēmumam ir radušas zināmās problēmas ar maksātspēju, bet uzņēmums tas varētu savlaicīgi novērst.

Ja Z - skaitlis ir robežās no 1,8 līdz 2,7, tad bankrota iespējamība ir augsta. Tas nozīmē, ka uzņēmumam ir nopietnas finansiālās problēmas. Šādā situācijā potenciālie sadarbības partneri pieņems attiecīgu lēmumu tikai pēc rūpīgas uzņēmuma finansiālā stāvokļa analīzes.

Ja Z – skaitlis ir robežās no 0 līdz 1,8, tad bankrota iespējamība ir ļoti augsta. Uzņēmuma finansiālo stāvokli var uzlabot tikai radikālā pārmaiņas uzņēmuma finanšu un investīciju politikā.

Minēto rādītāju aprēķināšana ļauj uzņēmuma vadītājiem kritiski novērtēt savu darbību, finanšu rādītājus laikus novērsts radušas problēmas [9, 272 – 274].

2.8. Apgrozāmā kapitāla teorētiskās analīzes nosacījumi

Apgrozāmais kapitāls ir uzņēmuma rīcībā esošie resursi, kas pieejami ikdienas darījumu veikšanai. Apgrozāmais kapitāls tiek izmantots, lai nodrošinātu uzņēmējdarbību ar apgrozāmajiem līdzekļiem laika periodā starp naudas līdzekļu iegūšanu un naudas saņemšanu par pārdotajām precēm (pakalpojumiem), tas ir, nodrošinātu produktu ražošanas (pakalpojumu) sniegšanas nepārtrauktību.

Efektīva apgrozāmā kapitāla izmantošana tieši ietekmē uzņēmuma peļņu un naudas plūsmu. Tādēļ ir svarīgi rūpīgi kontrolēt apgrozāmo līdzekļu atlikumu bilanci.

Ja uzņēmuma īstermiņa parādu summa ir lielāka par apgrozāmo līdzekļu vērtību, uzņēmumā rodas finansiālas problēmas, kas saistītas ar savlaicīgu maksājumu kārtošanu un norēķināšanos ar kreditoriem.

Arī pārāk liels apgrozāmais kapitāls nav pozitīvi vērtējams, jo tas liecina par apgrozāmo līdzekļu neefektīvu izmantošanu. Tā, piemēram, uzņēmumam ir nepamatoti lieli krājumi, kas tiek uzglabāti noliktavā vairāku mēnešu garumā, pirms tos izmanto ražošanā vai pārdod. Vai arī ir lieli skaidras naudas atlikumi, kurus efektīvāk būtu ieguldīt vērtspapīros vai bankas depozītos, saņemot procentus un līdz ar to palielinot uzņēmuma ienākumus [9, 39].

Apgrozāmie līdzekļi ir līdzekļi, kurus paredzēts izlietot viena gada vai viena ražošanas cikla laikā. Tie veido ļoti nozīmīgu uzņēmuma bilances aktīvu daļu. Pēc apgrozāmo līdzekļu kopsummas tiek vērtēts uzņēmuma potenciāls, maksātspēja, likviditāte. Pēdējais rādītājs raksturo uzņēmuma spēju savlaicīgi nomaksāt savas parāda saistības. Tas ir viens no galvenajiem jautājumiem, kas interesē tirgus attiecību dalībniekus – piegādātājus, noguldītājus, akcionārus, kreditorus, kā arī bankas iestādes. Lai noteiktu likviditāti, tiek samēroti uzņēmuma rīcībā esošie apgrozāmie līdzekļi ar īstermiņa saistībām.

Apgrozāmo līdzekļu raksturīga īpatnība ir to augstais aprites ātrums. Apgrozāmo līdzekļu funkcionālā loma būtiski atšķiras no pamatlīdzekļu lomas.

Apgrozāmo līdzekļu elementi piedalās visās ražošanas cikla stadijās. Tie pilnīgi zaudē vai maina savu sākotnējo formu, tāpēc to vērtība tiek pilnībā iekļauta ražojamās produkcijas vērtībā (pakalpojuma sniegšanā).

Apdrozāmo līdzekļu aprites process aptver trīs stadijas : sagatavošanās, ražošanas un noieta stadiju.

Jebkura uzņēmējdarbība sākās no noteiktas skaidras naudas summas, kura tiek ieguldīta materiālajos resursos, izejvielās, darba priekšmetos utt., kas nepieciešami ražošanas procesa nodrošināšanai.

Apdrozāmo līdzekļu aprites procesu var attēlot šādas shēmas veidā [9,40]:

Nauda – Iepirkumi - Prece(resursi) – Ražošana - Prece(gatavais produkts) – Noiets - Nauda

$$N - P - \dots R \dots P' - N' \quad (2.37)$$

Iepirkšanas (apgrozības) stadijā apdrozāmie līdzekļi no naudas formas pāriet ražošanas priekšmetu formā.

Ražošanas stadijā resursi tiek kombinēti un tādējādi rodas jauns produkts- produkcija vai pakalpojums, kas paredzēts pārdošanai.

Noieta (apgrozības) stadijā apdrozāmie līdzekļi no preču formas atkal pāriet naudas formā. Sākotnējās naudas summas lielums (N) nesakrīt ar naudas summu (N'), kas tiek iegūta aprites cikla beigās. Iegūtā starpība parāda uzņēmējdarbības rezultātu – peļņu vai zaudējumus.

Uzņēmuma bilancē apdrozāmie līdzekļi tiek klasificēti šādās grupās: materiālo vērtību krājumi, debitori, naudas līdzekļi.

Materiālo vērtību krājumi ir materiālās vērtības, kas atrodas:

- uzņēmuma noliktavās, t.i., izejvielas, materiāli, inventārs, gatavie produkti, preces pārdošanai u.tml.;
- ražošanas (pakalpojumu) sniegšanas procesā, t.i., nepabeigtie produkti un pasūtījumi, mazvērtīgais (vērtība 50 vai mazāk latu) un ātri nolietojamais (ātrāk nekā viena gada laikā) inventārs un instrumenti;
- citos uzņēmumos – pārstrādē, atbildīgā glabāšanā u.tml.;
- ceļā – citiem uzņēmumiem nosūtītas, bet vēl nesaņemtas preces.

Jebkuram uzņēmumam jāveido un jā saglabā noteikts materiālo vērtību krājumu apjoms, lai izvairītos no pārtraukumiem ražošanas (pakalpojumu sniegšanas), kā arī pārdošanas procesā.

Veidojot jaunu uzņēmumu, jāplāno materiālo vērtību krājumu lielums, kas nepieciešams konkrētai uzņēmējdarbībai gan naturālā, gan vērtības izteiksmē. Plānošanas procesā jāievēro šādi galvenie uzdevumi:

- krājumu iegādes un uzglabāšanas izmaksu samazināšana;

- noteiktu produktu ražošanas un pakalpojumu sniegšanas kvalitātes parametru nodrošināšana.

Veidojot pārāk lielus, kā arī nepietiekamus materiālo vērtību krājumus, veidojas papildus izmaksas, kas saistītas ar šādiem procesiem:

- materiālo vērtību piegādi;
- uzglabāšanu;
- zaudējumiem skarā ar nepietiekamu krājumu apjomu, kad nav iespējams nodrošināt pieprasījumu pēc produktiem (pakalpojumiem).

Debitoru parādi uzņēmumā veidojas šādi:

- pārdodot preces un pakalpojumus un kredīta;
- aizdodot naudu darbiniekiem, dalībniekiem vai citiem uzņēmumiem uz laiku, ne ilgāku par vienu gadu;
- sakarā ar pamatkapitālā neiemaksāto līdzdalību summu (līdz 1 gadam);
- veicot avansa maksājumus vai priekšapmaksu darījuma partneriem.

Īstermiņa vērtspapīri ir uzņēmumam piederošie citu firmu vai valsts vērtspapīri (īstermiņa obligācijas un valsts parādzīmes), kas jāpārvērš naudā gada laikā.

Naudas līdzekļi uzņēmumā ir divos veidos:

- skaidras naudas veidā;
- bezskaidras naudas veidā.

Nauda ir īpašs uzņēmuma līdzekļu veids – vismobilākie līdzekļi, ko var apmainīt pret jebkuriem citiem uzņēmējdarbībai nepieciešamajiem līdzekļiem. Ja uzņēmēja rīcībā nav naudas līdzekļu pietiekamā apjomā, tas var kļūt par galveno iemeslu neveiksmēm uzņēmējdarbībā un uzņēmuma maksātspējai.

Sekmīgā uzņēmējdarbībā uzņēmumam vienmēr jābūt spējīgam segt savas saistības, tikko rodas šāda nepieciešamība. Tādēļ apgrozāmā kapitāla stāvokļa analīze jākoncentrē uz naudas līdzekļiem to apriti (naudas plūsmas analīze), kas ļauj laikus paredzēt, kad būs nepieciešami naudas līdzekļi, kad būs deficīts, kad pārpalikums, kādi līdzekļu avoti nodrošina deficīta segšanu [9,39 – 44].

Racionāla apgrozāmo līdzekļu izmantošana ir iespējama, ievērojot vairākus, tirgus ekonomikai atbilstošus principus:

- apgrozāmo līdzekļu apjoma un ražošanas apjoma optimālas attiecības nodrošināšana;
- ekonomiska un racionāla materiālo resursu izmantošana;
- materiālu krājumu uzglabāšanas izmaksu minimizēšana;
- minimāla apgrozāmo līdzekļu iesaldēšana ražošanas krājumos un debitoru parādos.

Ievērojot šos principus apgrozāmo līdzekļu apsaimniekošana var radīt optimālus ražošanas - komerciālos apstākļus jebkura uzņēmuma saimnieciskajā un finansiālajā darbībā.

Plānojot uzņēmuma ražošanas programmu, vienlaikus tiek plānots šīs programmas izpildes materiālais nodrošinājums. Plānošanas mērķis ir sasniegt pēc iespējas lielāku apgrozījumu ar mazāku apgrozāmo līdzekļu apjomu. Šo mērķi var sasniegt, efektīvāk izmantojot apgrozāmos līdzekļus, paātrinot to apriti un līdz ar to samazinot nepieciešamo līdzekļu daudzumu viena aprites cikla nodrošināšanai.

Apgrozāmo līdzekļu aprites paātrināšana samazina to iesaldēšanas periodu atsevišķās aprites stadijās piemēram, tiem atrodoties ražošanas vai gatavās produkcijas krājumos, vai uz kredīta pārdotās produkcijas vērtībā, t.i., debitoru parādos.

Kapitāls, kas ieguldīts ražošanas krājumos ir avansētais kapitāls. Katrs īpašnieks, kas avansē savu kapitālu uzņēmējdarbības veikšanai ir ieinteresēts, lai ātrāk apritētu un radītu pievienotu vērtību, kuru tālāk varētu izmantot nākamajos aprites ciklos.

Veidojot un uzturot liekus ražošanas krājumus, tiek palielinātas to veidošanas un uzglabāšanas izmaksas, kas pazemina uzņēmuma finansiālo rezultātu un palielina krājumos ieguldītā kapitāla izmaksas. Tāpēc katram uzņēmumam ir jāaprēķina optimāla krājumu iegādes partija, kas kopējās krājumu veidošanas izmaksas minimizētu [9,44 – 45].

Apgrozāmie līdzekļi uzņēmumā veido likvīdu aktīvu daļu, un to galvenā īpatnība ir liels aprites ātrums. Apgrozāmo līdzekļu funkcionālā loma ražošanas procesā krasi atšķiras no pamatlīdzekļu lomas. Apgrozāmie līdzekļi nodrošina ražošanas nepārtrauktību un ir saimniecisko operāciju plūsmas galvenā sastāvdaļa: ražošanas krājumu iegāde palielina īstermiņa saistību lielumu; ražošanas procesā palielinās gatavās produkcijas krājumi; produkcijas pārdošana rada naudas līdzekļu palielinājumu kasē un debitoru parādu pieaugumu. Šis operāciju cikls daudzkārt atkārtojas un beigās izpaužas kā naudas līdzekļu izdevumu un ieņēmumu plūsma.

Laika periods, kurā notiek naudas līdzekļu aprīte, raksturo ražošana - komerciālā cikla garumu. Šis periods veidojas no laika perioda, kurā notiek norēķināšanās par izejvielām un materiāliem, kā arī no laika perioda, kādā naudas līdzekļu no produkcijas pārdošanas ienāk uzņēmumā.

Šī perioda garumu ietekmē vairāki faktori:

- piegādātāju kredīta garums;
- debitoru norēķināšanās periods;
- materiālu atrašanās krājumos noliktavā;
- ražošanas cikla garums;
- gatavās produkcijas uzglabāšanas periods noliktavā.

Kā redzams attēlā (skat.2.2.att.), ražošanas - komerciālais cikls veidojas no četriem periodiem:

- piegādātāju kreditēšanas perioda – 15 dienas;
- materiālu atrašanās krājumos perioda – 30 dienas;
- gatavās produkcijas ražošanas un uzglabāšanas noliktavā perioda – 15 dienas;
- pircēju kreditēšanas (debitoru) perioda – 15 dienas.

Minēto faktoru ietekmi un operāciju secību var parādīt ar šādu piemēru:

	Materiālu iepirkšana	Norēķini ar piegādātāju	Materiālu nodošana ražošanā	Preču pārdošana uz kredīta	Naudas ieņēmumi no pircējiem
	1. sept.	15. sept.	1. okt.	15 okt.	1. nov.
1. Piegādātāju kreditēšanas periods	—————				
2. Materiālu atrašanās krājumos		—————	—————		
3. Gatavās produkcijas ražošanas un uzglabāšanas periods			—————	—————	
4. Pircēju kreditēšanas periods				—————	—————
5. Naudas līdzekļu aprites periods		—————	—————	—————	—————

2.2. attēls Ražošanas - komerciālā cikla garums [9, 46]

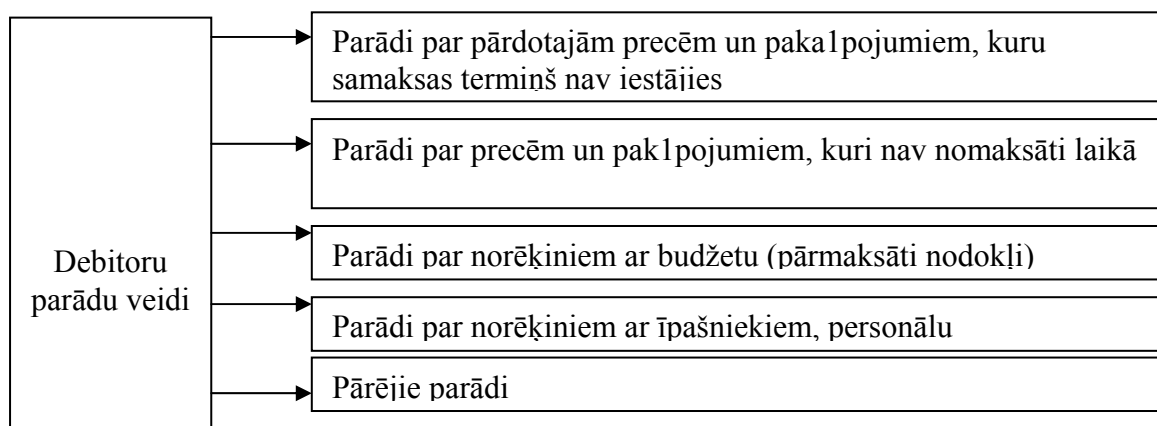
Horizontālajās ailēs ir parādīts ražošanas - komerciālā cikla kalendārais grafiks, pēc kura var spriest, ka kopējais finanšu cikla garums ilgst no 15. septembra līdz 1. novembrim, tātad 1,5 mēnesi.

Tātad pēc attēla var secināt, ka naudas līdzekļi ir iesaldēti ražošanas krājumos un debitoru parādos divus mēnešus. Tā kā uzņēmums norēķinās ar piegādātājiem pēc 15 dienām, tad laika periods, kurā naudas līdzekļi ir izņemti no apgrozības, t.i., finanšu cikls ir mazāks par naudas līdzekļu iesaldēšanas periodu par to dienu skaitu, kurās uzņēmums norēķinās ar saviem piegādātājiem.

Ražošanas ciklu var saīsināt uz tehnoloģiskā procesa un debitoru parādu dzēšanas perioda saīsināšanas rēķina, bet finanšu cikla garumu var saīsināt gan uz iepriekš minēto faktoru rēķina, gan samazinot piegādātāju kredītu aprites ātrumu.

Debitoru parādu līmeni uzņēmumā nosaka vairāki faktori: ražojamās produkcijas vai sniegto pakalpojumu veids, tirgus ietilpība un piesātinātība ar doto preci, uzņēmuma kredīta politika, pieņemtā norēķinu sistēma u.c. faktori. Pēdējais no minētajiem faktoriem ir sevišķi svarīgs finanšu pārvaldībā.

Debitoru parādi uzņemos rodas, galvenokārt pārdodot preces uz kredīta. Bet ir arī citi debitoru parādu veidošanas avoti, kas parādīti attēlā (skat.2.3.att.).



2.3. attēls Debitoru parādu struktūra [9, 51]

Debitoru parādi ir uzņēmuma līdzekļi, kas aizdoti citām juridiskajām vai fiziskajām personām.

Debitoru parādu pārvaldības saturu veido cenu un komerciālā kredīta politikas izstrādāšana un realizēšana ar mērķi pēc iespējas drīzāk atgūt naudas līdzekļus par pārdotajām precēm.

Debitoru parādu pārvaldības saturu veido:

- debitoru analīze;
- debitoru parādu reālās vērtības analīze;
- debitoru un kreditoru parādu bilance;
- avansu norēķinu vai priekšapmaksas politikas izstrādāšana;
- faktoringa operāciju efektivitātes novērtēšana un izmantošana.

Debitoru parādu analīzē tiek noskaidrots parādu līmenis, kura novērtēšanai var izmantot šādus rādītājus:

- debitoru īpatsvars apgrozāmajos līdzekļos;
- maksājumu termiņus pārsniegušo debitoru parādu īpatsvars;
- vidējais debitoru parādu inkasēšanas periods;

- maksājumu termiņus pārsniegušo parādu vidējais „vecums”;

Termiņus pārsniegušo debitoru parādu vidējo „vecumu” var aprēķināt, izmantojot sekojošu formulu [9,52]:

$$\text{Debitoru parādu gada vidējais atlikums (Ls)} : 1 \text{ dienas apgrozījums (Ls)} \quad (2.39)$$

Atkarībā no debitoru parādu lieluma, norēķinu dokumentu un debitoru skaita, debitoru parādu analīzi var veikt visiem debitoriem kopumā vai izvēles kārtā. Vispārējai analīzes shēmai parasti ir vairāki posmi.

- Tiek pieņemts kritiskais debitoru parādu līmenis. Visi norēķinu dokumenti, kuri attiecas uz pārsniegto kritisko līmeni, tiek rūpīgi pārbaudīti.
- No atlikušajiem norēķinu dokumentiem tiek veikta izvēles kontrole. Šim nolūkam var izmantot dažādus paņēmienus, no kuriem visizplatītākais ir n-% tests. Tā, piemēram, ja n = 10%, tad pārbaudei tiek pakļauts katrs 10. dokuments, kuru var atlasīt pēc dažādiem principiem: pēc parādu rašanās laika vai citiem principiem.
- Tiek pārbaudīta atlasītajos dokumentos norādītās summas realitāte, piemēram, sastādot ar pircējiem parādu salīdzināšanas aktus.
- Analīzes rezultāti tiek apkopoti un secinājumu veidā tiek pievienoti uzņēmuma gada finanšu pārskatam.

Debitoru analīzē ir svarīgi novērtēt to maksāspēju un izstrādāt individuālus komerciālā kredīta piešķiršanas nosacījumus. Viens no vienkāršākajiem un visefektīvākajiem veidiem, kā pārbaudīt biznesa partneri un samazināt darījuma risku, ir vērsties pie finanšu un kredīta informācijas jomā profesionāli strādājošām aģentūrām un pasūtīt izziņu par darījuma partnera kredīspēju un kredītuzticību. Latvijā darbojas Amerikas korporācijas Dun & Bradstreet pārstāvis, kas, izmantojot informāciju no legālajiem avotiem, izsniegs pilnīgu informāciju gan par interesējošā uzņēmuma finansiālo stāvokli, gan maksājumu veikšanas praksi.

Debitoru parādu reālās vērtības analīzes gaitā tiek noskaidroti reālie norēķināšanās termiņi par saņemtajām precēm vai pakalpojumiem, prognozējamā bezcerīgo parādu summa, lai uzņēmums varētu savlaicīgi veidot rezerves bezcerīgo parādu segšanai.

Debitoru un kreditoru parādu bilance raksturo uzņēmuma finansiālo stabilitāti un finanšu pārvaldības efektivitāti. Balance tiek uzskatīta par maksātspējīgu [11]:, ja

$$(\text{Pašu kapitāls} - \text{ilgtermiņa ieguldījumi}) : \text{Apgrozāmie līdzekļi} < 0,1 \quad (2.40)$$

Debitoru parādi ir apgrozāmo līdzekļu sastāvdaļa. To samazinājums pazemina likviditātes rādītājus. Tāpēc finanšu vadītāju pienākums ir ne tikai samazināt debitoru parādus, bet arī tos sabalansēt ar īstermiņa parādu summu.

Analizējot debitoru un kreditoru parādus, jāpievērš uzmanība komerciālā kredīta analīzei, ko piegādātājs piešķir uzņēmumam, un jānoskaidro, cik lielā mērā piegādātāja kredīta politika atšķiras no uzņēmuma kredīta politikas.

Maksāšanas noteikumi par nosūtīto produkciju ir viens no svarīgākajiem faktoriem, kas ietekmē uzņēmuma produkcijas pārdošanas apjomu. Pie maksāšanas noteikumiem pieder:

- komerciālā kredīta piešķiršana atsevišķiem pircējiem;
- kredīta norēķinu termiņš;
- atlaides (skonto) par ātrāku norēķināšanos.

Izstrādājot šos noteikumus, uzņēmumu vadītāji vadās pēc papildus iegūstamās peļņas efekta, ko varētu dot maksāšanas noteikumu mīkstināšana. Tādējādi varētu pieaugt pārdošanas apjoms, bet varētu rasties arī zaudējumi no bezcerīgo debitoru pieauguma. Tāpēc pirms kredīta politikas izstrādāšanas visi šie faktori ir jāizvērtē.

Veidojot nosacījumu politiku preču pārdošanai uz kredīta, debitoru parādu vadīšana aptver šādas darbības:

- tiek noskaidrotas uzņēmuma preču pārdošanas uz kredīta finansiālās iespējas;
- tiek noteikta apgrozāmo aktīvu novirzīšanai debitoru parādos maksimālā summa;
- tiek noteikts to preču grupu saraksts, kas paredzētas pārdošanai uz kredīta;
- tiek noteikti pārdošanas limiti atsevišķām preču grupām vai partijām;
- tiek izstrādāti debitoru parādu iekasēšanas nosacījumi;
- tiek izstrādāta līgumsodu sistēma, ko izmanto maksājumu nokavējumu gadījumos [9, 51 – 55].

3. Uzņēmuma „X” finanšu analīze

3.1. Darbības raksturojums

Uzņēmuma „X” galvenā darbība ir destilētu alkoholisko dzērienu, spirta un jēlspirta ražošana, alkoholisko un citu dzērienu vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība.

Uzņēmuma mērķis – ražot augstvērtīgus dzērienus - pēdējos gados ticis novērtēts vairākās izstādēs ar ļoti nozīmīgām un prestižām godalgām: zelta, sudraba un bronzas medaļām, kā arī atzinības rakstiem.

Patlaban uzņēmuma „X” vadošajam akcionāram pieder 88.05% akciju. Kopš laika, kad S.P.I. Grupa kļuva par vadošo akcionāru, uzņēmumā veiktas apjomīgas investīcijas. Pēdējo divu gadu laikā ir ieguldīti vairāk nekā 8 miljoni latu ražošanas jaudu palielināšanai un darbības attīstīšanai. Uzņēmums divkāršojis tirdzniecības apjomus, pateicoties nozīmīgiem eksporta pasūtījumiem.

Uzņēmuma mērķi ir:

- būt vieniem no vadošajiem alkoholisko dzērienu ražotājiem Baltijā, kas savā darbībā apvieno gadsimtos uzkrātas tradīcijas un modernu ražošanas praksi. Nodrošināt patērētājiem augstas kvalitātes alkoholiskos dzērienus, izmantojot gadsimtos uzkrāto pieredzi un tradīcijas;
- nodrošināt nemainīgu produkcijas kvalitāti un atbilstību starptautiskajām kvalitātes prasībām, regulāri modernizējot tehnoloģijas. Izprast un piepildīt patērētāju vēlmes, atbilstoši tirgus attīstībai;
- veidot sadarbību ar akcionāriem, darbiniekiem, klientiem, patērētājiem, lai uzņēmuma darbība saskanētu ar visu pušu vēlmēm un atbilstu sabiedrības interesēm;
- veidot alkoholisko dzērienu lietošanas kultūru, kas atbilstu sabiedrības veselības interesēm;
- uzsvērt cilvēku personīgo atbildību par alkoholisko dzērienu lietošanas mērenību.[20; /Uzņēmums]

3.2. Tirgus izpēte

Pateicoties ilgstošajai sadarbībai un rūpīgai un pārdomātai finanšu politikai, firma ir izveidojusi labas un stabilas partnerattiecības ar preču ražotājiem un piegādātājiem, kas ļauj saņemt labas apmaksas nosacījumus, plašāko sortimentu un ļoti labas cenas, ar to tiek palielināta iespēja būt soli priekšā saviem konkurentiem.

Sekojošie nosacījumi ļauj būt priekšā saviem konkurentiem:

- vislielākā pieredze;
- pilns sanitārais komplekss;
- labas cenas un preču apmaksas noteikumi;
- aģentu tīkls visā Latvijā;
- savs transports un preču piegāde visā Latvijas teritorijā;
- profesionāli speciālisti

Analizējot konkurējošo firmu darbu jāsecina, ka visus augstāk minētās priekšrocības saviem klientiem pagaidām nespēj nodrošināt neviena no konkurējošām firmām. Arī pakalpojumu un preču sortimenta ziņā šīs kompānijas krietni atpaliek no uzņēmuma "X".

Kaut arī piedāvātais pakalpojumu klāsts ir līdzīgs, firma uzvaru liek uz savu pieredzi un profesionalitāti.

Lai kompānija varētu operatīvi reaģēt uz tirgus izmaiņām, ko var ietekmēt dažādi faktori: konkurentu aktivitātes dinamika, krasa pieprasījuma palielināšanās vai samazināšanās uz konkrētu pakalpojumu vai preču grupu vai citi tirgu ietekmējoši faktori, tāpēc nepieciešams nodrošināt informācijas iegūvi, analīzi un apmaiņu starp dažādām kompānijas struktūrām.

Atsauksmes no klientiem tiek apkopotas speciāli ierīkotās atsauksmju grāmatās, kuras kompānija ir iekārtojusi, lai klienti varētu nodot informāciju ne tikai apkalpošajam personālam, bet arī tieši kompānijas vadībai. Šajās grāmatās klienti var ierakstīt informāciju par vēlamajām pakalpojumiem un blakusprecēm, cenām un neapšaubāmi arī apkalpošanas servisu. Diemžēl, prakse rāda ka pagaidām ļoti maz klientu izmanto šādu iespēju, bet kompānijas vadība cer ka nākotnē klienti aktivizēsies, tāpēc šādas atsauksmju grāmatas tiks saglabātas. Lielākā daļa dažāda veida informācijas tiek iegūta apkalpošajam personālam un vadītājiem kontaktējoties ar klientiem.

Uzņēmums "X" veic arī reklāmas kampaņu katru gadu.

Veicot tirgus analīzi firmas vadība rūpīgi analizē sekojošu informāciju:

- konkurentu kopējā cenu politika un atsevišķas aktivitātes;
- klientu atsauksmes par mūsu un citu preču cenām un to kvalitāti;
- jauno mūsu piedāvājumā neesošo pakalpojumu un preču analīze .

3.3. Rādītāju analīze

Uzņēmuma „X” rādītāju analīzē tiek izmantoti uzņēmuma oficiālie pārskati; tradicionālā pārskatu analīzē atbilst finanšu pārskata specifikācijas prasībām.

Pārskatu analīzei vislielākā vērtība ir tad, ja ir iespēja salīdzināt rādītājus par ilgāku laika posmu un tā noteikt uzņēmuma attīstības tendences, lai redzētu, vai uzņēmuma attīstība ir pozitīva vai negatīva.

Šajā darbā tiek izmantoti dati par 2002., 2003., 2004., 2005. gadiem.

Visus izmantotus datus: peļņas un zaudējumu aprēķinu un bilanci var apskatīt pielikumos.

3.3.1 Rentabilitātes analīze

Lai noteiktu *pašu kapitāla rentabilitāti*, izmantosim (2.23.) formulu.

3.1. tabula

Pašu kapitāla rentabilitāte

Laika periods	Peļņa, Ls	Pašu kapitāls + Uzkrājumi, Ls	Pašu kapitāla rentabilitāte, %
2002	1.074.000	8.430.000+1.486.000=9.916.000	10.83
2003	2.013.000	11.296.000+1.704.000=13.000.000	15.48
2004	648.476	12.294.041+1.751.140=14.045.181	4.62
2005	658.153	14.414.176+1.602.877=16.017.053	4.11

Uzņēmuma īpašniekus parasti nodarbina tas, kādu atdevi viņi iegūs no uzņēmumā ieguldītā pašu kapitāla. Pēc 3.1. tabulas datiem var secināt, ka kopš 2002. gada tā ir samazinājusies, bet rentabilitātes lielumam jāizvirza augstas prasības. Vajadzētu, lai uzņēmuma „X” pašu kapitāla rentabilitāte būtu ap 20%, jo uzņēmumam ir jākonkurē par investoru naudu, un investoriem vienmēr būs relatīva bezriskā alternatīva, t.i., ieguldīt naudu bankā. Tādēļ investorus papildus tiem procentu ienākumiem, kurus var iegūt, piemēram, bankā, interesē riska prēmija. Riska prēmijas lielums ir atkarīgs no konkrētajā uzņēmumā pieņemtā uzņēmējdarbības riska.

Aprēķinot *aktīvu rentabilitāti*, izmantosim (2.25.) formulu.

3.2. tabula

Aktīvu rentabilitāte

Laika periods	Peļņa, Ls	Aktīvi, Ls	Aktīvu rentabilitāte, %
2002	1.074.000	21.576.000	4.98
2003	2.013.000	23.703.000	8.49
2004	648.476	29.447.765	2.20
2005	658.153	41.617.684	1.58

2005. gadā uzņēmuma aktīvu rentabilitāte strauji samazinājās, kas liecina par to, ka aktīvi gandrīz netika iesaistīti peļņas gūšanas procesā un tas nav efektīvi. Ja labāk piesaistīt aktīvus, tad peļņa būs lielāka un arī paaugstināsies uzņēmuma vērtība.

Komercrentabilitāte parāda, cik liels ir ienesīgums no katra apgrozītā lata. Komercrentabilitāte ir svarīgs rādītājs, jo tā izmaiņas ietekmē citus rādītājus. Lai to noteiktu, izmantosim (2.26.) formulu.

3.3. tabula

Komerčiālā rentabilitāte

Laika periods	Peļņa, Ls	Neto apgrozījums, Ls	Komercrentabilitāte, %
2002	1.074.000	34.866.000	3.08
2003	2.013.000	36.736.000	5.48
2004	648.476	33.166.456	1.96
2005	658.153	41.353.627	1.59

Komerčiālā rentabilitāte, kā arī aktīvu rentabilitāte, 2005. gadā ir kritiski samazinājusies, tas liecina par to, ka kaut kas jāmaina uzņēmuma politikā. Ja uzņēmums „X” vēlas uzlabot komercrentabilitāti, jāveic uzņēmuma ieņēmumu un izmaksu analīze.

Uzņēmums var uzlabot rentabilitāti, nopelnot vairāk no katra apgrozītā lata, tātad uzlabojot savu komercrentabilitāti. Ir iespējams, ka:

- jāmaina produkcijas klāstu;
- jāmeklē jaunus piegādātājus, kas piedāvās izdevīgākas izejvielu cenas;
- jāsamazina dažas no pastāvīgajām izmaksām, vienlaikus saglabājot saimnieciskās darbības ieņēmumu līmeni.

Bruto peļņas rentabilitāte tiek aprēķināta pēc (2.28.) formulas un rāda, kādu daļu no neto apgrozījuma sastāda bruto peļņa.

3.4. tabula

Bruto peļņas rentabilitāte

Laika periods	Bruto peļņa, Ls	Neto apgrozījums, Ls	Bruto peļņas rentabilitāte, %
2002	6.168.000	34.866.000	17.69
2003	6.375.000	36.736.000	17.35
2004	4.563.480	33.166.456	13.76
2005	4.582.526	41.353.627	11.08

Arī bruto peļņas rentabilitāte 2005. gadā ir samazinājusies un tā ir tikai 11.08%. Visi aprēķinātie dati liecina par to, ka 2005. gadā uzņēmuma darbība ir pasliktinājusies: peļņa samazinājās, bet izmaksas paaugstinājās. Bruto peļņa bieži vien tiek uzskatīta par peļņas un zaudējumu aprēķina vissvarīgāko starprezultātu, jo, salīdzinot to ar tīro peļņu, var spriest par izmaksu struktūru. Bruto peļņa rāda, par cik realizētās produkcijas apjoms pārsniedz mainīgās izmaksas. Bruto peļņas rentabilitāti ietekmē šādi faktori:

- pārdošanas apjoma pieaugums vai samazinājums;
- realizētas produkcijas pašizmaksas pieaugums vai samazinājums;
- noieta cenu pieaugums vai samazinājums;
- izmaksu klasifikācijas izmaiņas.

Autors uzskata, k rādītāji ir vājāki tāpēc, ka tika mainīta nodokļu politika valstī, kā arī likumi tika mainīti. Jauns likums par alkohola tirdzniecību noteiktajā laikā un likums par alkohola dzeršanu sabiedriskajās vietās stipri ietekmē arī uzņēmuma „X” izstrādāto politiku. Uzņēmumam jācenšas ātrāk pielāgoties jaunai situācijai valstī, lai varētu veiksmīgi darboties un paaugstināt uzņēmuma tagadējo vērtību.

3.3.2 Likviditātes rādītāji

Likviditāte ir uzņēmuma spēja norēķināties par savām īstermiņa saistībām. Viens no galvenajiem koeficientiem ir uzņēmuma *kopējā likviditāte*, kuru aprēķina pēc (2.6.) formulas.

3.5. tabula

Kopējās likviditātes koeficients

Laika periods	Apgrozāmie līdzekļi, Ls	Īstermiņa saistības, Ls	Kopējā likviditāte
2002	13.642.000	6.768.000	2.02
2003	14.719.000	8.392.000	1.75
2004	16.914.552	8.730.833	1.93
2005	28.300.407	14.565.631	1.94

Kopējās likviditātes vēlamais koeficients ir no 1 līdz 2, ja rādītājs ir lielāks par 2, tad tas liecina par neefektīvu līdzekļu izmantošanu. Var secināt, ka uzņēmuma tendences ir pozitīvas, jo 2004. un 2005. gados koeficients ir stabils. Sākuma, vienkārši aplūkojot bilanci, var likties, ka īstermiņa saistības ir pārāk lielas un to atmaksa varētu sagādāt grūtības, bet, kā rāda likviditātes kopējais koeficients, pašlaik tas ir normas robežās. Tomēr likviditāti var aplūkot dziļāk, aprēķinot *starpseguma likviditātes* koeficientu pēc (2.7.) formulas.

Starpseguma likviditātes koeficients

Laika periods	Apgrozāmie līdzekļi, Ls	Krājumi, Ls	Īstermiņa saistības, Ls	Starpseguma likviditāte
2002	13.642.000	9.425.000	6.768.000	0.62
2003	14.719.000	8.054.000	8.392.000	0.79
2004	16.914.552	9.491.191	8.730.833	0.85
2005	28.300.407	11.066.322	14.565.631	1.18

Starpseguma likviditātes koeficienta vēlamā robeža ir no 0.5 līdz 1. Kā redzams pēc 3.6. tabulas datiem, ar katru gadu situācija pasliktinās. Tas notiek tāpēc, ka dažos gadījumos līdzekļi tiek izmantoti neefektīvi, piemēram, preču krājumos, debitoru parādos un ilgtermiņa ieguldījumos ir piesaistīts nevajadzīgi daudz naudas. To samazinot, uzņēmums „X” var izvairīties no nepieciešamības ņemt dārgus aizņēmumus.

Likviditātes absolūto koeficientu aprēķināsim pēc (2.8.) formulas.

Absolūtā likviditāte

Laika periods	Naudas līdzekļi, Ls	Īstermiņa saistības, Ls	Absolūtā likviditāte
2002	313.000	6.768.000	0.05
2003	1.172.000	8.392.000	0.14
2004	92.071	8.730.833	0.01
2005	95.863	14.565.631	0.007

Absolūtās likviditātes koeficientam vajadzētu būt no 0.2 līdz 0.5. ņēmums „X” nevienā no 4 gadiem nav iekļāvusies šajā robežā. Varētu domāt, ka tas ir tāpēc, ka ir ļoti lieli parādi no pircējiem un citiem debitoriem. Ja nauda tiktu atmaksāta ātrāk, tad naudas būtu vairāk, tātad absolūtās likviditātes koeficients būtu normas robežās.

No likviditātes rādītāju analīzes var secināt, ka 2004. gadā situācija ir nedaudz pasliktinājusies, salīdzinājumā ar iepriekšējiem gadiem, bet to var labot:

- samazinot izmaksas;
- paaugstinot cenas;
- intensīvāk strādājot ar tirgu;
- pārdodot liekos ilgtermiņa ieguldījumus.

3.3.3 Aktivitātes rādītāji (aprites koeficienti)

Lai uzzinātu, cik reizes gadā apgrozās noteiktais finanšu rādītājs, izmantosim aktivitātes rādītājus, jeb aprites koeficientus.

Aktīvu aprites koeficients, kurš tiks aprēķināts pēc (2.14.) formulas, palīdzēs noskaidrot, cik efektīvi tiek izmantoti līdzekļi.

3.8. tabula

Aktīvu aprites koeficients

Laika periods	Neto apgrozījums, Ls	Aktīvu vidējā summa, Ls	Aktīvu aprites koeficients
2003	36.736.000	$(21.576.000+23.703.000)/2=22.639.500$	1.62
2004	33.166.456	$(23.703.000+29.447.765)/2=26.575.383$	1.25
2005	41.353.627	$(29.447.765+41.617.684)/2=35.532.725$	1.16

Koeficients rāda, cik efektīvi uzņēmumā tiek izmantoti aktīvi neto apgrozījuma veidošanā. Pēc uzņēmuma „X” datiem var spriest, ka aktīvu aprites koeficients katru gadu samazinās. Tas nozīmē, ka aktīvi tiek izmantoti nepilnīgi, ja aktīvi tiktu izmantoti neto apgrozījuma veidošanā labāk, tad neto apgrozījums būtu izaudzis vairākās reizēs.

Pašu kapitāla aprites koeficients ļaus izprast, cik efektīvi tiek izmantots pašu kapitāls neto apgrozījuma veidošanā. Pašu kapitāla aprites koeficientu noteiksim pēc (2.15.) formulas.

3.9. tabula

Pašu kapitāla aprites koeficients

Laika periods	Neto apgrozījums, Ls	Pašu kapitāla vidējā summa, Ls	Pašu kapitāla aprites koeficients
2003	36.736.000	$(8.430.000+11.296.000)/2=9.863.000$	3.72
2004	33.166.456	$(11.296.000+12.294.041)/2=11.795.021$	2.81
2005	41.353.627	$(12.294.041+14.414.176)/2=13.354.109$	3.10

Pašu kapitāla aprites koeficients ir diezgan labs, 2003. gadā tas bija visaugstākais, 2004. gadā tas samazinājies, bet jau nākamajā 2005. gadā tas atkal pieauga – 3.10. Tas liecina par to, ka pašu kapitāls tiek izmantots efektīvi neto apgrozījuma veidošanā, kaut varētu izmantot to vēl efektīvāk. ja tas tā turpināsies arī nākotnē, tad neto apgrozījums pamanāmi izaugs.

Produktu krājumu aprites koeficients ir rādītājs, kas izsaka, cik bieži gada laikā vecās preces krājumos tiek nomainītas pret jaunām. Aprēķinot to, izmantosim (2.18.) formulu. Pēc (2.19.) formulas noteiksim produktu krājumu aprites ilgumu, kas rāda, cik dienas preces atrodas noliktavā, pirms tās tiek pārdotas un pārvēršas par debitoru parādiem vai, ja norēķins notiek skaidrā naudā, naudā.

3.10. tabula

Krājumu aprites koeficients un ilgums

Laika periods	Produkcijas ražošanas izmaksas, Ls	Krājumu vidējais atlikums, Ls	Krājumu aprites koeficients	T, dienu skaits	Krājumu aprites koeficients, dienas
2003	30.361.000	$(9.425.000+8.054.000)/2=8.739.500$	3.47	360	104
2004	28.602.976	$(8.054.000+9.491.191)/2=8.772.596$	3.26	360	110
2005	36.771.101	$(9.491.191+11.066.322)/2=10.278.757$	3.58	360	101

Krājumu aprites ilgums uzņēmumam „X” ir diezgan liels, bet ir labi tas, ka 2005. gadā tas ir pats zemākais – 101 diena. Dažiem uzņēmumiem šie skaitļi var būt nepareizi, jo aprēķinā nav ņemtas vērā iespējamās sezonu svārstības un/vai produktu krājumu palielināšanās/samazināšanās katra gada beigās vai pirms pārskata sastādīšanas. Arī uzņēmumam „X” šie skaitļi neatspoguļo patieso ainu, jo ir skaitīti kopā gan izejvielas, gan nepabeigtie ražojumi, gan gatavie ražojumi un preces pārdošanai, tāpēc, izmantojot formulu (3.1) :,

(3.1.)

Gatavo ražojumu aprites koef. = Prod. ražoš. izm./Gatavo prod. krājumu vid. apjoms

aprēķināsim **gatavo ražojumu aprites koeficientu un** pēc formulas(3.2):

(3.2)

Gatavo ražojumu aprites ilgums = 360/ Gatavo ražojumu aprites koeficients – aprites ilgumu.

Gatavo ražojumu aprites koeficients un ilgums

Laika periods	Produkcijas ražošanas izmaksas, Ls	Gatavo produkcijas krājumu vidējais apjoms, Ls	Gatavo ražojumu aprites koeficients	T, dienu skaits	Gatavo ražojumu aprites koeficients, dienas
2003	30.361.000	$(3.231.000+2.336.000)/2=2.783.500$	10.91	360	33
2004	28.602.976	$(2.336.000+2.205.633)/2=2.270.817$	12.60	360	29
2005	36.771.101	$(2.205.633+2.500.232)/2=2.352.933$	15.63	360	23

Gatavo ražojumu aprites ilgums ir labs, jo ar katru gadu tas samazinās un 2005. gadā jau ir tikai 23 dienas. Tas nozīmē, ka uzņēmums strādā labi, efektīvi un ienesīgi. Ja aprites ilgums turpinās samazināties, tad uzņēmums „X” gūs lielāku peļņu un pārdos vairāk produkcijas.

Debitoru parādu aprites koeficientam pieder liela loma uzņēmuma attīstībā, jo pēc iespējas īsāks aprites ilgums nozīmē to, ka prece pēc piegādes ātri tiek pārvērsta naudā. Tā kā **debitoru parādu aprites koeficients un ilgums** būtiski ietekmē uzņēmuma likviditāti, tad aprēķināsim tos pēc (2.21.) un (2.22.) formulām.

Debitoru parādu aprites koeficients un ilgums

Laika periods	Neto apgrozījums, Ls	Vidējie debitoru parādi, Ls	Debitoru parādu aprites koeficients	T, dienu skaits	Debitoru parādu aprites koeficients, dienas
2003	36.736.000	$(3.904.000+5.494.000)/2=4.699.000$	7.82	360	46
2004	33.166.456	$(5.494.000+7.331.290)/2=6.442.645$	5.15	360	70
2005	41.353.627	$(7.331.290+17.138.222)/2=12.234.756$	3.38	360	107

Debitoru parādu aprites ilgums 2005. gadā ir ļoti liels – 107 dienas. tas var likties kritisks, bet, ja uzmanīgāk apskatīt bilanci, var redzēt, ka tas ir tik liels, jo 2005. gadā ir augsti radniecīgo uzņēmumu parādi – 5.788.612 Ls. Ja tik augsti būtu pircēju un pasūtītāju parādi, tad situācija varētu būt sliktāka, bet uzņēmums „X” arī ar tādiem lieliem debitoru parādiem turpina veiksmīgi darboties.

Lai uzzinātu, cik efektīvi uzņēmums „X” var atmaksāt savus aizņēmumus, pēc formulas (3.3):

(3.3)

Kreditoru parādu aprites koeficients = Prod. pašizmaksas/Vidējie kreditoru parādi
aprēķināsim **kreditoru parādu aprites koeficientu** un pēc formulas (3.4)

(3.4)

Kreditoru parādu aprites ilgums = 360/ Kreditoru parādu aprites koeficients
– kreditoru parādu aprites ilgumu.

3.13. tabula

Kreditoru parādu aprites koeficients un ilgums

Laika periods	Produkcijas pašizmaksas, Ls	Vidējie kreditoru parādi, Ls	Kreditoru parādu aprites koeficients	T, dienu skaits	Kreditoru parādu aprites koefic., dienas
2003	31.398.500	$(11.660.000+10.703.000)/2=11.181.500$	2.81	360	128
2004	31.293.763	$(10.703.000+15.402.584)/2=13.052.792$	2.40	360	150
2005	34.579.346	$(15.402.584+25.600.631)/2=20.501.608$	1.69	360	213

Kopš 2003. gada parādu atmaksa aizņem vairāk laika, un tā ir laba uzņēmuma politika. Jo ilgāk uzņēmums „X” neatmaksās savus parādus, jo vairāk uzņēmums spēs ieguldīt un nopelnīt. Salīdzinot debitoru parādu un kreditoru parādu aprites ilgumu, var secināt, ka parādnieki atdod uzņēmumam naudu divreiz ātrāk.

No aprites koeficientu analīzes var secināt, ka:

- vairāk jāiesaista aktīvus neto apgrozījuma veidošanā, tā pilnveidojot uzņēmuma darba spēju un efektivitāti;
- jāsamazina gatavo ražojumu aprites ilgumu, piesaistot jaunus sadarbības partnerus un ieviešot atlaides;
- jāsamazina debitoru parādu aprites ilgumu, ieviešot noteiktus nosacījumus un datumus, lai prece pēc piegādes ātrāk tiek pārvērsta naudā;
- jācenšas panākt, lai kreditoru parādu aprites ilgums būtu pēc iespējas mazāks un kredīta dzēšanas termiņi izdevīgāki, lai uzņēmums varētu darboties sekmīgi, neskatoties uz parādu summām.

3.3.4 Maksāspējas rādītāji

Maksāspējas rādītāji ir ļoti svarīgi esošajiem un potenciālajiem kreditoriem, jo rāda, kādā mērā uzņēmuma ieņēmumi sedz procentus un citus fiksētus maksājumus, kā arī to, vai uzņēmuma likvidācijas gadījumā ir pietiekami daudz aktīvu, lai segtu saistības.

Pēc (2.10.) formulas aprēķināsim *finanšu atkarības koeficientu*, kas rāda, cik latu saistībās ir uz viena latu kapitāla.

3.14. tabula

Finanšu atkarības koeficients

Laika periods	Saistības, Ls	Bilances summa, Ls	Finanšu atkarības koeficients
2002	11.660.000	21.576.000	0.54
2003	10.703.000	23.703.000	0.45
2004	15.402.584	29.447.765	0.52
2005	25.600.631	41.617.684	0.62

Pēc 3.2.4.1. tabulas datiem ir redzams, ka 2003. gadā finanšu atkarības koeficients ir pats mazākais – 0.45, bet 2005. gadā ir vislielākais – 0.62. Ja uzmanīgāk apskatīt bilanci, tad var redzēt, ka 2005. gadā, salīdzinājumā ar pārējiem gadiem, daudzkārt paaugstinājās nodokļi un sociālās nodrošināšanas maksājumi, nevis aizņēmumi no kredītiestādēm. tas liecina par to, ka uzņēmums darbojas tik pat sekmīgi, bet finanšu neatkarības koeficients pārsvarā ir mainījies valsts nodokļu politikas dēļ.

Pēc (2.11.) formulas aprēķināsim *finanšu neatkarības koeficientu*, kas rāda, cik liela aktīvu daļa var tikt zaudēta, pirms tiek skarti aizņēmumu izsniedzēji un pārējie kreditori.

3.15. tabula

Finanšu neatkarības koeficients

Laika periods	Pašu kapitāls, Ls	Bilances summa, Ls	Finanšu neatkarības koeficients
2002	8.430.000	21.576.000	0.39
2003	11.296.000	23.703.000	0.48
2004	14.414.176	29.447.765	0.49
2005	12.294.041	41.617.684	0.30

Parasti ir prasība, lai finanšu neatkarības koeficients ir augstāks par 0.30. Kā redzams, visus gadus koeficients ir normas robežās, kaut gan 2005. gadā tas ļoti samazinājies. Tas ir tāpēc, ka darbība, attiecībā uz kapitāla rādītājiem, ir samazinājusies un pieauga vispārējais uzņēmējdarbības risks.

2005. gadā uzņēmumam „X” ir vidējā finansēšanas struktūra un nepietiekama maksātspēja. Autors uzskata, ka 2005. gada situācija ir pasliktinājusies tāpēc, ka nav jaunu ieguldījumu pašu kapitālā, tāpēc rodas lielāka nepieciešamība pēc aizņēmumiem, un sekas tam ir pavājināta maksātspēja. Cits cēlonis var būt nepietiekama ilgtermiņa investīciju finansēšana vai arī finansēšanas ilgums nav pielāgots investīciju plānotās amortizācijas vai atpelņīšanas profilam.

3.4 Uzņēmuma kapitāla struktūras analīze

Uzņēmuma kapitāla struktūra sastāv no pašu kapitāla un aizņemtā kapitāla.

Pašu kapitāla avoti uzņēmumā ir šādi: statūtkapitāls (līdzekļi no dalībnieku daļas iemaksas), akciju emisijas uzcenojums, ilgtermiņa ieguldījumu pārvērtēšanas rezerve, rezerves, peļņa.

Aizņemtā kapitāla avoti ir šādi: banku aizdevumi, aizņemtie līdzekļi, līdzekļi no vērtspapīru pārdošanas, parādi piegādātājiem u.c.

3.16. tabula

Pašu un aizņemtā kapitāla salīdzinājums[20]

Pazīmes	Pašu kapitāls	Aizņemtais kapitāls
<i>Atbildība</i>	Nes atbildību par garantētajām saistībām, vismaz iemaksāto daļu vērtībā	Nenes atbildību par uzņēmuma garantētajām saistībām, bankrota gadījumā apmierina kreditorus no konkursa masas
<i>Kapitāla efektivitāte</i>	Atkarībā no dotā uzņēmuma peļņas vai zaudējuma	Jāmaksā pēc noteiktas procentu likmes neatkarīgi no uzņēmuma darba rezultātiem
<i>Kapitāla īpašnieka tiesības uz īpašumu uzņēmuma likvidācijas gadījumā</i>	Tiesības atbilstoši iemaksātajai kapitāla daļai	Kredīta apmērā
<i>Kapitāla atdošanas termiņš</i>	Nav noteikts	Noteikts līgumā
<i>Nodokļu saistības</i>	Peļņa apliekama ar ienākuma nodokli	Kredītu procentu summas (kā izmaksa) samazina ar nodokli apliekamo daļu

Pēc 3.16. tabulas datiem ir redzams, ka kapitāla struktūra var ietekmēt uzņēmuma finansiālus saimnieciskās darbības rezultātus.

3.5. Uzņēmuma bilances (absolūto, relatīvo, atkāpes) salīdzināšana

Horizontālās un vertikālās analīzes mērķis ir atspoguļot visas izmaiņas, kas ir notikušas bilancē 4 gadu laikā. Horizontālā analīze atspoguļo relatīvas un absolūtas izmaiņas. Vertikālā analīze ļauj spriest par bilances struktūru dotajā brīdī, kā arī izanalizēt šīs struktūras dinamiku.

AKTĪVS																	
Balances pozīcija	Absolūtie dati, Ls							Struktūra, %							Atkāpe, %		
	31.12.2002	31.12.2003	31.12.2004	31.12.2005	Starpība			31.12.2002	31.12.2003	31.12.2004	31.12.2005	Starpība			2003 / 2002) * 100%- 100%	2004 / 2003) * 100% -100%	(2005 / 2004) * 100%- 100%
					31.12.2003- 31.12.2002	31.12.2004- 31.12.2003	31.12.2005- 31.12.2004					31.12.2003- 31.12.2002	31.12.2004- 31.12.2003	31.12.2005- 31.12.2004			
Nemateriālie ieguldījumi	672000	588000	471653	326454	-84000	-116347	-145199	3,12	2,48	1,60	0,78	-0,64	-0,88	-0,82	-12,5	-19,8	-30,8
Pamatlīdzekļi	7262000	8395000	12059730	12989378	1133000	3664730	929648	3366	35,42	40,95	31,21	1,76	5,53	-9,74	+15,6	+43,7	+7,7
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi	0	0	1830	1445	0	1830	-385	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	-	-	-21,0
Krājumi	9425000	8054000	9491191	11066322	-1371000	1437191	1575131	43,68	33,98	32,23	26,59	-9,70	-1,75	-5,64	-14,5	+17,8	+16,6
Debitori	3904000	5494000	7331222	17138222	1590000	1837290	9806932	18,09	23,18	24,90	41,18	5,09	1,72	16,28	+4,307	+33,4	+133,8
Vērtspapīri un līdzdalība kapitālos	0	0	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-	-	-
Naudas līdzekļi	313000	1172000	92071	95863	859000	-1079929	3792	1,45	4,94	0,31	0,23	3,49	-4,63	-0,08	+274,4	-92,1	+4,1
Kopā:	21576000	23703000	29447765	41617684	2129000	5742765	12169919	100,00	100,00	100,00	100,00						

PASĪVS

Balances pozīcija	Absolūtie dati, Ls							Struktūra, %							Atkāpe, %		
	31.12.2002	31.12.2003	31.12.2004	31.12.2005	Starpība			31.12.2002	31.12.2003	31.12.2004	31.12.2005	Starpība			2003 / 2002 * 100% -100%	2004 / 2003 * 100% -100%	2005 / 2004 * 100% -100%
					31.12.2003- 31.12.2002	31.12.2004- 31.12.2003	31.12.2005- 31.12.2004					31.12.2003- 31.12.2002	31.12.2004- 31.12.2003	31.12.2005- 31.12.2004			
Akciju vai daļu kapitāls	7497000	7497000	7496900	7496900	0	-100	0	34,75	31,63	25,46	18,01	-3,12	-6,17	-7,45	-	-0,001	-
Akciju emisijas uzcelojums	62000	62000	61767	61767	0	-233	0	0,29	0,26	0,21	0,15	-0,03	-0,05	-0,06	-	-0,4	-
Ilgtermiņa ieguldījumu pārvērtēšanas rezerve	889000	1007000	982432	984877	118000	-24568	2445	4,12	4,25	3,34	2,37	0,13	-0,91	-0,97	+13,3	-2,4	+0,2
Rezerves	(9853000)	(9853000)	(9777287)	(9852858)	0000	75713	-75571	-45,67	-41,57	-33,20	-23,67	4,1	8,37	9,53	-	-0,8	+0,8
Nesadalītā peļņa	9835000	12582000	13530229	15723490	2747000	948229	2193261	45,58	53,08	45,95	37,78	7,5	-7,13	-8,17	+27,9	+7,5	+16,2
Uzkrājumi	1486000	1704000	1751140	1602877	218000	47140	-148263	6,89	7,19	5,94	3,85	0,3	-1,25	-2,09	+14,7	+2,8	-8,5
Ilgtermiņa kreditori	4892000	2312000	6671751	11035000	-2580000	4359751	4363249	22,67	9,75	22,65	26,52	-12,92	12,9	3,87	-52,7	+188,6	+65,4
Īstermiņa kreditori	6768000	8392000	8730833	14565631	1624000	338833	5834798	31,37	35,41	29,65	34,99	4,04	-5,76	5,34	+24,0	+4,0	+66,9
Kopā:	21576000	23703000	29447765	41617684	2127000	5742765	12169919	100,00	100,00	100,00	100,00						

Izmantojot vertikālo un horizontālo bilances analīzi, var labāk izprast uzņēmuma attīstības tendences. Analīze palīdzēs noteikt izmaiņas, kas ir notikušas 4 gadu laikā firmas darbībā. Tas palīdzēs noskaidrot, kā un uz kādiem līdzekļiem jārikojas tālāk.

Pēc aprēķinātiem datiem var izdarīt secinājumus, ka:

- visus gadus aktīvu kopējā vērtība palielinājās, bet 2005. gadā tā izauga visvairāk – uz 12.169.919 latiem;
- 2005. gadā ilgtermiņa kreditoru parādi samazinājās, bet īstermiņa parādi ātri izauga – uz 5.934.978 latiem;
- debitoru parādi 2005. gadā ir visaugstākie – 12.138.222 Ls;
- naudas līdzekļu summa 2004. gadā samazinājās, bet 2005. gadā tā nedaudz pieauga;
- 2005. gadā debitoru parādi sastāda 41.18 % no kopējo aktīvu summas;
- īstermiņa kreditori trīs gadu laikā sevišķi nemainījās un sastāda ap 30 % no kopējās pasīvu summas un liecina par turpmāko paaugstinājumu;
- ilgtermiņa kreditori 2003. gadā strauji samazinājās un sastādīja 9.75 % no kopējās pasīvu summas, bet jau 2004. gadā tāpat strauji pieauga un 2005. gadā gandrīz nebija pārmaiņu tajos;
- uzņēmuma „X” pašu kapitāls sastāda aptuveni 35 % no kopējās aktīvu summas.

Pamatojoties uz 3.17. tabulas datiem, var rekomendēt sekojošo:

- jāuzlabo attiecības ar piegādātājiem un patērētājiem, lai dabūtu izdevīgākus nosacījumus debitoru un kreditoru parādiem;
- jācenšas kaut uz ceturtdaļu samazināt administrācijas izmaksas;
- jāatrod visizdevīgākos īstermiņa finansēšanas avotus, ja uzņēmums nespēs panākt izdevīgus nosacījumus no piegādātāju puses;
- jācenšas samazināt uzņēmuma jebkādas neattaisnotas izmaksas;
- sīkāk jāanalizē pamatlīdzekļu sastāvu, lai pieņemtu lēmumu par to uzlabošanu;
- veicot analīzi, jāņem vērā inflācijas līmeni valstī, kas labāk palīdzēs noteikt uzņēmuma attīstības spējas.

3.6. Uzņēmuma „X” finanšu rādītāju salīdzināšana ar vidējiem rādītājiem Latvijā

Lai labāk izprastu, cik efektīvi darbojas uzņēmums „X”, jāsalīdzina tā rādītājus ar vidējiem rādītājiem Latvijā. Tā kā uz kursa darba rakstīšanas brīdi finanšu rādītāji par 2006. gadu vēl netika publicēti, autors izmantos datus par 2005. gadu.

3.18. tabula
Rādītāju salīdzināšana

Nosaukums	Uzņēmums „X”	Vidējie rādītāji Latvijā [15]
<i>Maksātspēja</i> Finanšu atkarības koeficients	0.52	0.559
<i>Likviditāte</i> Kopējā likviditāte	1.94	1.273
Absolūtā likviditāte	0.01	0.232
<i>Aktivitāte</i> Aktīvu aprites koeficients	1.25	1.364
<i>Rentabilitāte</i> Bruto peļņas	13.76	13.278
Komerčiālā	1.96	3.456

Pēc 3.18. tabulas datiem var secināt, ka:

- finanšu atkarības koeficients uzņēmumam „X” ir mazāks nekā vidējais Latvijā. Tas ir labi, jo koeficients ļauj secināt, ka uzņēmums pagaidām darbojas veiksmīgi un ir stabils Latvijas tirgū;
- uzņēmuma kopējās likviditātes koeficients ir lielāks nekā vidējais Latvijā, bet tas liecina tikai par to, ka pārsvarā Latvijas uzņēmumi neiegulda daudz līdzekļu un neriskē ar savu kapitālu;
- kā jau tika minēts 3.3.2. nodaļā, absolūtās likviditātes koeficients uzņēmumam „X” ir zems, kas arī tika parādīts 3.18. tabulā;
- uzņēmuma aktīvu aprites koeficients ir zemāks, no tā var secināt, ka aktīvus jāizmanto efektīvāk, tad koeficients salīdzināsies ar vidējiem rādītājiem Latvijā;
- uzņēmuma bruto peļņas rentabilitāte ir augstāka nekā vidējā Latvijā;
- komerčiālā rentabilitāte uzņēmumam ir gandrīz divreiz mazāk nekā vidējā Latvijā, bet, kā jau bija pateikts, kaut kas jāmaina uzņēmuma politikā, lai uzlabotu komercentabilitāti un arī pārējos rādītājus.

Kopumā var secināt, ka uzņēmums „X” var veiksmīgi turpināt darboties un konkurēt Latvijas tirgū, var dabūt lielāku peļņu un pat galvenais – paaugstināt savu pašreizējo vērtību. Jācenšas uzlabot iespējamos rādītājus, jo tie ir tiešs uzņēmuma darbības atspoguļojums.

Secinājumi un priekšlikumi

Autors, pamatojoties uz kursa darbā veiktajiem pētījumiem, var izdarīt šādus *secinājumus*:

1. Uzņēmējdarbības veiksmīgas funkcionēšanas svarīgākais nosacījums ir uzņēmuma spēja pielāgoties iekšējiem un ārējiem apstākļiem. Jebkurš uzņēmums ir atklāta sistēma, kas sastāv no vairākiem mainīgiem elementiem. Savukārt visi šie iekšējie elementi ir cieši saistīti ar ārējās vides elementiem. Šo iekšējo un ārējo faktoru kopums ir organizācijas vide.
2. Organizāciju var uzskatīt par mehānismu, lai pārveidotu resursus par precī. Tāpēc tās darbība ir tieši atkarīga no resursu (materiālu, iekārtu, enerģijas, kapitāla un darbaspēka) piegādātājiem.
3. Tirgus ekonomikas apstākļos, kur valsts pārsvarā tieši neiejaucās uzņēmējdarbībā, pircēju un pārdēvēju, ražotāju un piegādātāju savstarpējās attiecības ir regulējamās ar dažādiem likumiem un noteikumiem.
4. Sabiedriskās organizācijas ir nākamais pastāvīgais uzņēmuma mikrovides elements. Tā ir jebkura pietiekami precīzi identificējama cilvēku grupa, kura izrāda reālu vai potenciālu interesi par uzņēmuma darbību un var arī zināmā mērā to ietekmēt.
5. Konkurenti ir ārējais faktors, kura nozīme nav apstrīdama. Jebkura uzņēmuma vadībai jāsaprot, ka uzņēmums nespēs izdzīvot tirgū, ja uzņēmuma piedāvātas preces un pakalpojumi neapmierinās patērētāju vajadzības tikpat labi kā konkurentu preces un pakalpojumi.
6. Patērētāji, jeb pircēji ir galīgais mērķis, ko cenšas sasniegt organizācijas, lai pārdotu preces un pakalpojumus. Organizācija var izdzīvot tirgus apstākļos un efektīvi darboties tikai tad, ja tā spēj veiksmīgi sameklēt pircēju savā darbības rezultātā rādītiem pakalpojumiem vai precēm, kā arī apmierināt viņa vajadzības.
7. Pašvaldības un valsts likumdošanas un tiesu institūciju attieksme pret uzņēmējdarbību kopumā un pret konkrēto uzņēmumu var būtiski ietekmēt organizācijas darbību. Šī pozitīvā vai negatīva attieksme demokrātiskajā sabiedrībā var izpausties fiskālā politikā, nodokļu un nodevu atvieglojumu noteikšanā, patērētāju aizsardzības likumdošanā, drošības standartos, apkārtējās vides aizsardzības standartos, cenu, tarifu un darba algas kontrolē.
8. Tehniskais progress, jauno tehnoloģisko procesu attīstība nosaka uzņēmuma produkta dzīves ciklu, tirgus daļas apgūšanu un noturēšanu.
9. Starptautiskās attiecības ir sarežģītākas par visiem pārējiem ārējās vides elementiem, jo ietver gan ekonomiku, gan sociālās kultūras faktoros
10. Uzņēmuma „X” galvenā darbība ir destilētu alkoholisko dzērienu, spirta un jēlspirta ražošana, alkoholisko un citu dzērienu vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība.

11. Uzņēmuma mērķi:

- būt vieniem no vadošajiem alkoholisko dzērienu ražotājiem Baltijā.
- nodrošināt patērētājiem augstas kvalitātes alkoholiskos dzērienus, izmantojot gadsimtos uzkrāto pieredzi un tradīcijas;
- nodrošināt nemainīgu produkcijas kvalitāti un atbilstību starptautiskajām kvalitātes prasībām, regulāri modernizējot tehnoloģijas. Izprast un piepildīt patērētāju vēlmes, atbilstoši tirgus attīstībai;
- veidot sadarbību ar akcionāriem, darbiniekiem, klientiem, patērētājiem, lai uzņēmuma darbība saskanētu ar visu pušu vēlmēm un atbilstu sabiedrības interesēm;
- veidot alkoholisko dzērienu lietošanas kultūru, kas atbilstu sabiedrības veselības interesēm;
- uzsvērt cilvēku personīgo atbildību par alkoholisko dzērienu lietošanas mērenību.

12. 2005. gadā uzņēmuma aktīvu rentabilitāte strauji samazinājās, kas liecina par to, ka aktīvi gandrīz netika iesaistīti peļņas gūšanas procesā.

13. Arī bruto peļņas rentabilitāte 2005. gadā ir samazinājusies un tā ir tikai 11.08%. Visi aprēķinātie dati liecina par to, ka 2005. gadā uzņēmuma darbība ir pasliktinājusies: peļņa samazinājās, bet izmaksas paaugstinājās.

14. Starpseguma likviditātes koeficients ar katru gadu pasliktinās. Tas notiek tāpēc, ka dažos gadījumos līdzekļi tiek izmantoti neefektīvi, piemēram, preču krājumos, debitoru parādos un ilgtermiņa ieguldījumos ir piesaistīts nevajadzīgi daudz naudas. To samazinot, uzņēmums „X” var izvairīties no nepieciešamības ņemt dārgus aizņēmumus.

15. No likviditātes rādītāju analīzes var secināt, ka 2004. gadā situācija ir nedaudz pasliktinājusies.

16. Pēc uzņēmuma „X” datiem var spriest, ka aktīvu aprites koeficients katru gadu samazinās. Tas nozīmē, ka aktīvi tiek izmantoti nepilnīgi, ja aktīvi tiktu izmantoti neto apgrozījuma veidošanā labāk, tad neto apgrozījums būtu izaudzis vairākās reizēs.

17. Pašu kapitāla aprites koeficients ir diezgan labs, 2003. gadā tas bija visaugstākais, 2004. gadā tas samazinājies, bet jau nākamajā 2005. gadā tas atkal pieauga – 3.10. Tas liecina par to, ka pašu kapitāls tiek izmantots efektīvi neto apgrozījuma veidošanā, kaut varētu izmantot to vēl efektīvāk. Ja tas tā turpināsies arī nākotnē, tad neto apgrozījums pamanāmi izaugs.

18. Kopš 2003. gada parādu atmaksa aizņem vairāk laika, un tā ir laba uzņēmuma politika. Jo ilgāk uzņēmums „X” neatmaksās savus parādos, jo vairāk uzņēmums spēs ieguldīt un nopelnīt.

19. Gatavo ražojumu aprites ilgums ir labs, jo ar katru gadu tas samazinās un 2005. gadā jau ir tikai 23 dienas. Tas nozīmē, ka uzņēmums strādā labi, efektīvi un ienesīgi. Ja aprites ilgums turpinās samazināties, tad uzņēmums „X” gūs lielāku peļņu un pārdos vairāk produkcijas.

20. Pēc aprēķinātiem datiem var izdarīt secinājumus, ka:

- visus gadus aktīvu kopējā vērtība palielinājās, bet 2005. gadā tā izauga visvairāk – uz 12.169.919 latiem;
- 2005. gadā ilgtermiņa kreditoru parādi samazinājās, bet īstermiņa parādi ātri izauga – uz 5.934.978 latiem;
- debitoru parādi 2005. gadā ir visaugstākie – 12.138.222 Ls;
- naudas līdzekļu summa 2004. gadā samazinājās, bet 2005. gadā tā nedaudz pieauga;
- 2005. gadā debitoru parādi sastāda 41.18 % no kopējo aktīvu summas;
- īstermiņa kreditori trīs gadu laikā sevišķi nemainījās un sastāda ap 30 % no kopējās pasīvu summas un liecina par turpmāko paaugstinājumu;
- ilgtermiņa kreditori 2003. gadā strauji samazinājās un sastādīja 9.75 % no kopējās pasīvu summas, bet jau 2004. gadā tāpat strauji pieauga un 2005. gadā gandrīz nebija pārmaiņu tajos;
- uzņēmuma „X” pašu kapitāls sastāda aptuveni 35 % no kopējās aktīvu summas.

21. Kopumā var secināt, ka uzņēmums „X” var veiksmīgi turpināt darboties un konkurēt Latvijas tirgū, var dabūt lielāku peļņu un pat galvenais – paaugstināt savu pašreizējo vērtību. Jācenšas uzlabot iespējamās rādītājus, jo tie ir tiešs uzņēmuma darbības atspoguļojums.

Autors, pamatojoties uz kursa darbā veiktajiem pētījumiem un izdarītajiem secinājumiem, var izvirzīt šādus *priekšlikumus*:

1. Lai nostiprinātu produkta pozīcijas tirgū, uzņēmumam „X” ir jāizveido noteikta stratēģija, jāanalizē un jānosaka produkta konkurētspējīgās priekšrocības, jāizstrādā konkurētspējīgo priekšrocību īstenošanas plāns. Tāpēc ļoti nozīmīga pozīciju nostiprināšanas sastāvdaļa būtu organizācijas prestiža un tēla uzlabošana.
2. Vajadzētu pastāvīgi veikt konkurentu monitoringu, lai redzētu kādas tendences pieņem konkurentu uzņēmējdarbība
3. Uzņēmumam „X” pieņemot lēmumu par pozīcijas izvēli mērķtirgū, jāņem vērā pircēju vajadzības un rīcība tirgū. Uzņēmumam jāatrod un jāīsteno konkurētspējīgas produktu priekšrocības un, pamatojoties uz tām, jāizstrādā tirgū sava stratēģija, kā arī jāspēj ātri mainīt savu darbību ārvalstu tirgos, jūtot iespējamās finansu draudi.
4. Uzņēmumam „X” ir jāizanalizē patērētāju mentalitāti katrā no potenciālajiem starptautiskajiem tirgiem, tādējādi nosakot iespējamo produkcijas šķirni, kura varētu gūt atbalstu šajā tirgū.

5. Lai palielinātu uzņēmuma ražošanas jaudas, uzņēmumam „X” ir nepieciešams ieguldīt papildus līdzekļus vieglo alkoholisko dzērienu ražošanas jaudu palielināšanai, noliktavu kompleksa izbūvei un citām vajadzībām.
6. Uzņēmumam ”X” būtu nepieciešams ieviest modernizētas jaunas tehnoloģijas, jo tādējādi uzņēmums ne tikai palielinātu savu konkurētspēju jau attīstītajos alkoholisko dzērienu segmentos, bet būtu gatavs arī realizēt eksporta pasūtījumus.
7. Lai uzlabotu un paaugstinātu rentabilitāti, varētu veikt sekojošo:
 - mainīt, paplašināt produkcijas klāstu;
 - meklēt jaunus piegādātājus, kas piedāvās izdevīgākas izejvielu cenas;
 - samazināt dažas no pastāvīgajām izmaksām, vienlaikus saglabājot saimnieciskās darbības ieņēmumu līmeni.
8. Lai turpmāk augtu komerciālā rentabilitāte ir jāpalielina uzņēmuma neto apgrozījums, to var izdarīt palielinot klientu skaitu vai pārdotās produkcijas apjomus, palielinot produkcijas un pakalpojumu klāstu
9. Lai nākotnē uzlabotu aktīvu aprites koeficientu uzņēmumam ir nepieciešams neto apgrozījuma palielinājums, tas ir panākams ar klientu skaita palielinājumu, ar lielāku reklāmas daudzumu ,kā arī ar izdevīgu atlaižu sistēmas pielietojumu
10. Lai novērstu likviditātes koeficienta kritumu, uzņēmumam jāizmanto savus apgrozāmos līdzekļus efektīvi, tas ir panākams ar naudas līdzekļu pietiekamību gan uzņēmuma kasē, gan bankā.
11. Likviditātes rādītāju situāciju varētu uzlabot:
 - a. samazinot izmaksas;
 - b. paaugstinot cenas;
 - c. intensīvāk strādājot ar tirgu;
 - d. pārdodot liekos ilgtermiņa ieguldījumus.
12. Uzņēmumam vajadzētu uzlabot attiecības ar piegādātājiem un patērētājiem, nosakot izdevīgākus atlaižu piedāvājumus, bonusus, pieņemamāku apmaksas sistēmu, lai dabūtu izdevīgākus nosacījumus debitoru un kreditoru parādiem.

Izmantotās literatūras un avotu saraksts

1. Likums "par nodokļiem un nodevām", Latvijas Republikas saeimas un ministru kabineta „Latvijas Vēstnesis”, 1995. gada 2.februārī
2. Alsiņa R., Zolotuhina K., Bojarenko J., “Vadības grāmatvedības pamati”, Rīga: Izdevniecība “Raka”, 2000.gads.-1.-180.lpp.
3. Серегина Аю «Основы управления финансами», Рига 2003 год, Высшая школа экономики и культуры
4. Бернштейн Л.А. «Анализ финансовой отчетности» Москва, 1996 год
5. Dūdele A., “Finanšu vadības pamati”, Rīga: Apgāds “Rasa ABC”, 2001.gads. –1. - 99.lpp.
6. Januška M., “Firmas finansiāli ekonomiskā stāvokļa analīzes analīze ”, Rīga, ZKC SIA “N”, 2002.gads, /158-172.lpp.
7. Kaparkalēja D. Mārketinga pamati, - R.: Jumava, 2002
8. Praude V. Beļčikovs J. Mārketings, - R.:Vaidelote, 1999.
9. Rurāne M., “Finanšu pārvaldība”, Rīga: Latvijas izglītības fonds, 2001. gads. –1. - 281.lpp./.
10. Saksonova S., “Uzņēmuma darbības plānošanas paņēmieni”,Rīga, 2004.gads
11. Saksonova S.,”Uzņēmuma finanšu vadības praktiskās metodes”, Rīga, Merkūrijs Lat, 42-55.lpp
12. Spīča I. Tirgvedība , - R.: Rīga : Latvijas Universitāte, 2002
13. Rone A. Spirtu pirks no “Rīga Bestspirit”//Dienas Bizness: 2004. gada 11. oktobris, 6. lpp.
14. Šteinfelde I. Nebremzēs uzņēmuma „X” attīstību//Neatkarīgā Rīta Avīze, 2005.gada 23.maijs
15. Uzņēmējdarbības finansiālie rādītāji 2005. gadā – R.: Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde, 2006 – 96 lpp.
16. www.bns.lv Resurss aprakstīts 2007. gada aprīlī
17. www.bode.lv resurss aprakstīts 2007. gada maijā
18. www.leta.lv resurss aprakstīts 2007 gada maijā
19. www.lursoft.lv resurss aprakstīts 2007 gada aprīlī
20. www.uzņēmums ”X”.lv resurss aprakstīts 2007 gada maijā

1. pielikums

Peļņas vai zaudējumu aprēķins

	31.12.2002 Ls	31.12.2003 Ls	31.12.2004 Ls	31.12.2005 Ls
Neto apgrozījums	34.866.000	36.736.000	33.166.456	41.353.627
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	28.698.000	(30.361.000)	(28.602.976)	(36.771.101)
Bruto peļņa vai zaudējumi	6.168.000	6.375.000	4.563.480	4.582.526
Pārdošanas izmaksas	(2.119.000)	(1.851.000)	(1.842.129)	(1.826.375)
Administrācijas izmaksas	(1.930.000)	(1.808.000)	(1.815.549)	(1.969.066)
Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	101.000	140.000	447.434	374.923
Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas	-	-	-	-
Ieņēmumi no līdzdalības koncerna meitas un asociēto uzņēmumu kapitālā	-	-	-	-
Ieņēmumi no vērtspapīriem un aizdevumiem, kas veidojuši ilgtermiņa ieguldījumus	-	-	-	-
Procentu ieņēmumi un tamlīdzīgie ieņēmumi	4.000	141.000	1.203	14.098
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi un īstermiņa vērtspapīru vērtības norakstīšana	-	-	(1.167)	-
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	(613.000)	(352.000)	(497.375)	(323.965)
Peļņa vai zaudējumi pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem	1.611.000	2.645.000	855.897	852.141
Ārkārtas ieņēmumi	-	-	-	-
Ārkārtas izmaksas	-	-	-	-
Peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem	1.611.000	2.645.000	855.897	852.141
Uzņēmuma ienākuma nodoklis	(471.000)	(581.000)	(162.620)	(127.821)
Pārējie nodokļi	(66.000)	(51.000)	(44.801)	(66.167)
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi	1.074.000	2.013.000	648.476	658.153

Izmantoti [15] avota dati (Gāda pārskati par 2002.,2003.,2004. un 2005.gadiem)

2. pielikums

Bilance
AKTĪVS

ILGTERMIŅA IEGULDĪJUMI	<i>31.12.2002</i> <i>Ls</i>	<i>31.12.2003</i> <i>Ls</i>	<i>31.12.2004</i> <i>Ls</i>	<i>31.12.2005</i> <i>Ls</i>
Nemateriālie ieguldījumi				
Koncesijas, patenti, licences, preču zīmes un tamlīdzīgas izmaksas	1.045.000	846.000	615.139	383.848
Uzņēmuma nemateriālā vērtība	(373.000)	(258.000)	(143.486)	(57.394)
KOPĀ	672.000	588.000	471.653	326.454
Pamatlīdzekļi				
Zemes gabali, ēkas, būves un ilggadīgie stādījumi	3.660.000	3.733.000	6.125.827	7.445.546
Ilgtermiņa ieguldījumi nomātajos pamatlīdzekļos		49.000		
Iekārtas un mašīnas	2.192.000	2.321.000	2.400.710	3.966.010
Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs	1.300.000	782.000	416.623	1.074.608
Pamatlīdzekļu izveidošana un nepabeigto celtniecības objektu izmaksas	110.000	278.000	1.997.443	77.895
Avansa maksājumi par pamatlīdzekļiem		1.234.000	1.119.127	425.319
KOPĀ	7.262.000	8.395.000	12.059.730	12.989.378
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi				
Līdzdalība uzņēmumu kapitālā			1.830	1.445
KOPĀ			1.830	1.445
<i>KOPĀ ILGTERMIŅA IEGULDĪJUMI</i>	7.934.000	8.984.000	12.533.213	13.317.277
APGROZĀMIE LĪDZEKĻI				
Krājumi				
Izejvielas, pamatmateriāli un palīgmateriāli	6.105.000	5.635.000	6.821.549	7.9974.424
Nepabeigtie ražojumi	89.000	83.000	464.009	571.666
Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	3.231.000	2.336.000	2.205.633	2.500.232
KOPĀ	9.425.000	8.054.000	9.491.191	11.066.322
Debitori				
Pircēju un pasūtītāju parādi	3.225.000	5.135.000	6.357.419	4.433.230
Radniecīgo uzņēmumu parādi			11.745	5.788.612
Citi debitori	549.000	314.000	901.177	6.863.413
Nākamo periodu izmaksas	130.000	45.000	60.949	52.967
KOPĀ	3.904.000	5.494.000	7.331.290	17.138.222
Nauda(KOPĀ)	313.000	1.172.000	92.071	95.863
<i>KOPĀ APGROZĀMIE LĪDZEKĻI</i>	13.642.000	14.719.000	16.914.552	28.300.407
<i>KOPĀ AKTĪVS</i>	21.576.000	23.703.000	29.447.765	41.617.684

Izmantoti [15] avota dati (Gāda pārskati par 2002.,2003.,2004. un 2005.gadiem)

**Bilance
PASĪVS**

PASŪ KAPITĀLS	<i>30.09.2002</i> <i>Ls</i>	<i>30.09.2003</i> <i>Ls</i>	<i>30.09.2004</i> <i>Ls</i>	<i>30.09.2005</i> <i>Ls</i>
Daļu/akciju kapitāls	7.497.000	7.497.000	7.496.900	7.496.900
Daļu/akciju emisiju uzcenojums	62.000	62.000	61.767	61.767
Ilgtermiņa ieguldījumu pārvērtēšanas rezerve	889.000	1.007.000	982.432	984.877
Rezerves: nerealizētie ieņēmumi no ieguldījuma koncerna meitas uzņēmumā sabiedrības statūtos noteiktās rezerves interesu saplūšanas rezerve pārējās rezerves	1.249.000	1.249.000	75.571 1.249.047 (11.101.905)	1.249.047 (11.101.905)
Nesadalītā peļņa iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa pārskata gada nesadalītā peļņa	8.778.000 1.057.000	10.570.000 2.013.000	12.881.753 648.476	15.065.337 658.153
<i>KOPĀ PASŪ KAPITĀLS</i>	8.430.000	11.296.000	12.294.041	14.414.176
UZKRĀJUMI				
Uzkrājumi paredzamajiem nodokļiem	886.000	532.000	311.140	484.910
Citi uzkrājumi	600.000	1.172.000	1.440.000	1.117.967
<i>KOPĀ UZKRĀJUMI</i>	1.486.000	1.704.000	1.751.140	1.602.877
KREDITORI				
Ilgtermiņa kreditori				
Aizņēmumi no kredītiestādēm	4.892.000	2.303.000	6.671.751	11.035.000
Pārējie kreditori		9.000		
KOPĀ	4.892.000	2.312.000	6.671.751	11.035.000
Īstermiņa kreditori				
Aizņēmumi no kredītiestādēm	2.755.000	4.644.000	4.297.939	3.544.453
Citi aizņēmumi		1.000		
No pircējiem saņemtie avansi	20.000			
Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem	1.390.000	1.377.000	1.892.531	2.185.384
Nodokļi un sociālās apdrošināšanas maksājumi	2.395.000	2.086.000	2.392.609	8.682.763
Pārējie kreditori	203.000	211.000	142.519	147.796
Nākamo periodu ieņēmumi		66.000		
Neizmaksātās iepriekšējo gadu dividendes	5.000	5.000	5.235	5.235
KOPĀ	6.768.000	8.392.000	8.730.833	14.565.631
<i>KOPĀ KREDITORI</i>	11.660.000	10.703.000	15.402.584	25.600.631
<i>KOPĀ PASĪVS</i>	21.576.000	23.703.000	29.447.765	41.617.684

Izmantoti [15] avota dati (Gāda pārskati par 2002.,2003.,2004. un 2005.gadiem)

Diplomdarbs „Uzņēmuma “X” saimnieciskās darbības analīze” izstrādāts LU Ekonomikas un vadības fakultātē.

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

Autors: Inta Prikņa _____

(paraksts, datums)

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja: Dr.ekon., docente Svetlana Saksonova

(paraksts, datums)

Recents: M.hum, asistente Irina Solovjova

(paraksts, datums)

Darbs iesniegts Finanšu institūtā _____

Lietvede: Ilze Mozule _____

Darbs aizstāvēts Valsts pārbaudījumu komisijas sēdē

_____ Prot. Nr. _____ vērtējums _____

Komisijas sekretāre: lektore Anda Kociņa _____