

LATVIJAS UNIVERSITĀTE  
BIZNESĀ, VADĪBAS UN EKONOMIKAS FAKULTĀTE

**GAĻAS PĀRSTRĀDES UZŅĒMUMA SIA “MIESNIEKS”  
TIRDZNIECISKĀS DARBĪBAS IZVĒRTĒJUMS UN  
PILNVEIDOŠANAS IESPĒJAS KURZEMĒ**

BAKALĀURA DARBS

Autors: **Daiga Ķepale**

Studenta apliecības Nr. DK17039

Darba vadītājs: lektors Mg.oec. Jānis Bisenieks

KULDĪGA 2017

## Anotācija

Bakalaura darba tēma ir “Gaļas pārstrādes uzņēmuma SIA “Miesnieks” tirdznieciskās darbības izvērtējums un pilnveidošanas iespējas Kurzemē”. Darba mērķis ir, pamatojoties un zinātniskajā literatūrā un empīriskajā pētījumā gūtajām atziņām, raksturot un analizēt gaļas pārstrādes uzņēmuma SIA “Miesnieks” tirdzniecisko darbību, un izstrādāt tās pilnveidošanas iespējas Kurzemes reģionā.

Izvirzītā mērķa sasniegšanai tika noteikti šādi uzdevumi:

1. Izpētīt gaļas pārstrādes tirdzniecības nozari Kurzemē;
2. Veikt SIA “Miesnieks” mārketinga vides analīzi;
3. Veikt uzņēmuma produkcijas izpēti un konkurētspējas analīzi;
4. Veikt uzņēmuma finanšu analīzi;
5. Izstrādāt SIA “Miesnieks” tirdznieciskās pilnveidošanas iespējas Kurzemē;
6. Izdarīt secinājumu un izstrādāt priekšlikumus SIA “Miesnieks” tirdznieciskās darbības pilnveidošanai.

Darbs sastāv no trīs nodaļām, septiņām apakšnodaļām, secinājumiem, priekšlikumiem, izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksta, kā arī 5 pielikumiem.

Pirmajā nodaļā veikts tirdznieciskais raksturojums gaļas pārstrādes nozarē Kurzemē un aprakstītas patērētāju vispārējās tendences šajā nozarē.

Darba otrā nodaļa satur uzņēmuma vispārējās darbības un produkcijas raksturojumu, mārketinga vides raksturojumu, konkurētspējas novērtējumu, izstrādāta SVID analīze, ietver finanšu analīzi.

Trešajā nodaļā ir autores izstrādāts uzņēmuma tirdznieciskās darbības pilnveidošanas plāns Kurzemes reģionā.

Bakalaura darba apjoms ir 55 lpp., kas veidots izmantojot 28 literatūras un informācijas avotus, SIA “Miesnieks” nepublicētos materiālus. Darbs iekļauj 21 attēlus, 10 tabulas un 5 pielikumus.

Atslēgas vārdi: tirdzniecība, pilnveidošana, gaļas pārstrāde, konkurētspēja, finanšu analīze.

## **Annotation**

The subject of this bachelor's thesis is the evaluation of commercial activities of meat processing establishment SIA "Miesnieks" and identifying optimisation possibilities in the region of Kurzeme. The aim of this bachelor's thesis is to characterise and analyse the commercial activities of meat processing establishments SIA "Miesnieks" and to develop an optimisation plan in the region of Kurzeme, based on scientific literature and lessons learned from the empirical study.

The following tasks have been defined in order to reach the goal :

1. Study the meat processing trade sector in the region of Kurzeme
2. Analyse the marketing environment of SIA "Miesnieks"
3. Research the production of SIA "Miesnieks" and do a competitiveness analysis
4. Analyse the establishments financial situation
5. Develop an optimisation plan for SIA "Miesnieks" in the region of Kurzeme
6. Draw conclusions and come up with proposals to improve SIA "Miesnieks"

commercial activities in the region on Kurzeme.

The thesis consists of three chapters, subchapters, conclusions, proposals, used literature references, information source references and five attachments.

The first chapter contains study of commercial characteristics of meat processing field in the region of Kurzeme and a description of general consumer trends in the field.

The second chapter contains characterisation of SIA "Miesnieks" general operations and production, the characterisation of the marketing environment, competitiveness assessment, SWOT analysis and financial analysis.

The third chapter contains the establishments commercial activity optimisation plan in the region of Kurzeme, developed by the author of this thesis.

The volume of this thesis is 55 pages, 28 literature references (including SIA "Miesnieks" unpublished materials). The thesis includes 21 images, 10 tables and 5 attachments.

Keywords: trade, perfection, meat processing, competitiveness, financial analysis.

# Saturs

Ievads .....	5
1. Tirdzniecības raksturojums gaļas pārstrādes nozarē Kurzemē .....	7
2.SIA "Miesnieks" darbības raksturojums.....	10
2.1. SIA “Miesnieks” dibināšana.....	10
2.2. Uzņēmuma iekšējās vides raksturojums .....	11
2.3. Uzņēmuma ārējā vide.....	16
2.4. Produkcijas raksturojums.....	23
2.5. Uzņēmuma konkurētspēja.....	24
2.6. SVID analīze.....	29
2.7. Finanšu analīze.....	32
3. SIA “Miesnieks” tirdznieciskās darbības pilnveidošana Kurzemē.....	47
Secinājumi.....	51
Priekšlikumi.....	52
Izmantotā literatūra un informācijas avoti.....	53
Pielikumi.....	55

## Ievads

Komercedarbības galvenais mērķis – veicot saimniecisko darbību, gūt peļņu. Komercedarbības vides kvalitāte ir viens no priekšnosacījumiem Latvijas tautsaimniecības konkurētspējīgai attīstībai – jo labākus apstākļus valsts spēj radīt uzņēmējiem, jo lielākas investīcijas var sagaidīt tautsaimniecībā, kas savukārt nozīmē jaunu darba vietu rašanos un labklājību iedzīvotājiem. Jebkura uzņēmuma saimnieciskā darbība tiek organizēta konkrētā ģeogrāfiski norobežotā teritorijā ar tai raksturīgo vidi. Konkrētās apdzīvotās vietas vides kvalitāte un pievilcīgums tiek uzskatīti par vienu no nozīmīgākajiem elementiem uzņēmumu konkurētspējas paaugstināšanā.

Pārtikas pārstrāde kā viens no lielākajiem ražojošiem sektoriem Latvijā ir būtiski svarīgs valsts ekonomiskajai attīstībai. Konkrēti, gaļas un gaļas produktu ražošana Latvijā ir viena no aktuālākajām lauksaimniecības produkcijas ražošanas un pārstrādes nozarēm, jo gaļa un gaļas produkti Latvijas iedzīvotājiem ir ikdienas uztura sastāvdaļa. Gaļas produkti lauksaimniecības preču tirgū veido būtisku apgrozījuma daļu. Gaļas ražošanas nozares galvenie mērķi ir pašnodrošinājuma sasniegšana un gaļas kvalitātes uzlabošana. Latvijas pārtikas nozares attīstību, tāpat kā pārtikas nozari pasaulē, ietekmē patērētāju pieprasījuma maiņa attiecībā uz pārtikas produktiem. Latvijas tirgū, tāpat kā citur, palielinās pieprasījums pēc veselīgiem pārtikas produktiem, kā arī pēc bioloģiski ražotiem produktiem, ko sekmē pieaugošās patērētāju rūpes par veselību.

Veiksmīgai uzņēmuma darbības plānošanai ir būtiska nozīme. Lai noteiktu savas pozīcijas tirgū, uzņēmumam svarīgi veikt uzņēmuma darbības analīzi. Pēdējo gadu notikumi liecina, ka būtiska nozīme ir uzņēmuma ārējās vides faktoriem, kas var traucēt īstenot pat veiksmīgi izplānotai uzņēmuma attīstībai un negatīvi ietekmēt uzņēmuma budžeta izpildes gaitu. SIA “Miesnieks” liela uzmanība tiek veltīta uzņēmumu elastībai un prasmei pielāgoties ārējā vidē dominējošajiem draudiem un iespējām, bet nepietiekoša uzmanība tiek veltīta tām pārmaiņām tautsaimniecībā, kuras liek mazajiem un vidējiem uzņēmumiem pastāvīgi atrasties paaugstināta „stresa” stāvoklī it īpaši ekonomiskās attīstības nestabilitātes apstākļos. Lai spētu noteikt iespējamās attīstības virzienus, tikpat svarīgi ir veikt uzņēmuma finanšu analīzi, kuras rezultātā tiek iegūta informācija, kas ļauj plānot uzņēmuma turpmāko darbību.

**Darba mērķis:** veikt gaļas pārstrādes uzņēmuma SIA “Miesnieks” tirdznieciskās darbības analīzi un izstrādāt priekšlikumus turpmākās uzņēmuma darbības pilnveidošanai Kurzemes reģionā.

**Darba uzdevumi:**

1. Izpētīt gaļas pārstrādes tirdzniecības nozari Kurzemē;
2. Veikt SIA “Miesnieks” mārketinga vides analīzi;
3. Veikt uzņēmuma produkcijas izpēti un konkurētspējas analīzi;
4. Veikt uzņēmuma finanšu analīzi;
5. Izstrādāt SIA “Miesnieks” tirdznieciskās pilnveidošanas iespējas Kurzemē;
6. Izdarīt secinājumu un izstrādāt priekšlikumus SIA “Miesnieks” tirdznieciskās darbības pilnveidošanai.

**Pētījuma metodes:**

- teorētiskā pētījuma metode – zinātniskās literatūras avotu analīze, interneta resursi;
- empīrisko pētījuma metodes – uzņēmuma nepublicēto datu analīze:
  - dokumentu analīze;
  - novērošana;
  - kontentanalīze;
- datu apstrādes metode – matemātiski statistikas datu apstrādes;
- SVID analīze.

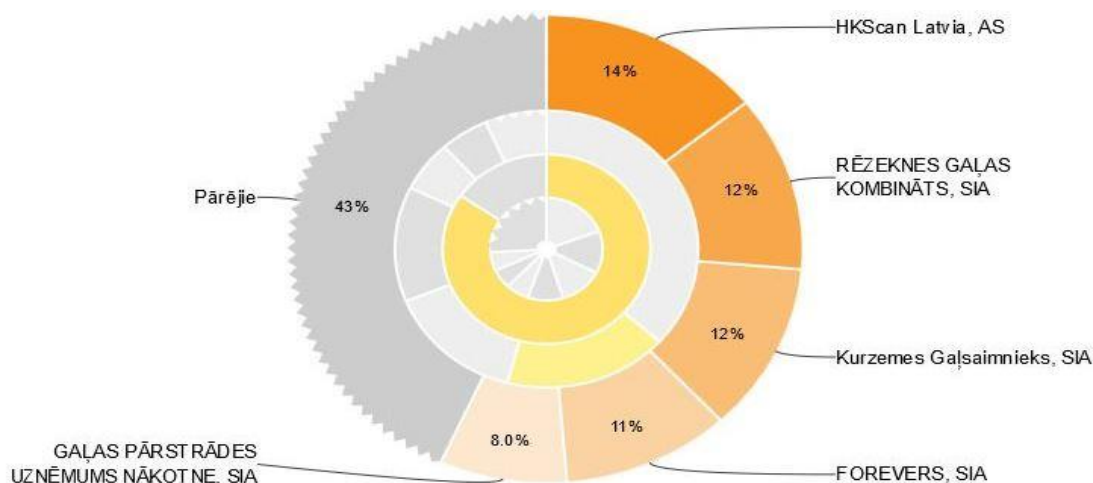
**Darba struktūra:**

- Bakalaura darbs sastāv no ievada, pamatdaļas 3 nodaļām un 8 apakšnodaļām, secinājumiem, priekšlikumiem un pielikumiem;
- Darba ievietotas 10 tabulas, 21 attēli.
- Pētījums balstās uz izmantotajiem 4 literatūras avotiem, 23 informācijas avotiem un uzņēmuma nepublicētajiem materiāliem.
- Darba pievienoti 5 pielikumi.
- Darba apjoms – 55 lpp.

## 1. Tirdzniecības raksturojums gaļas pārstrādes nozarē Kurzemē

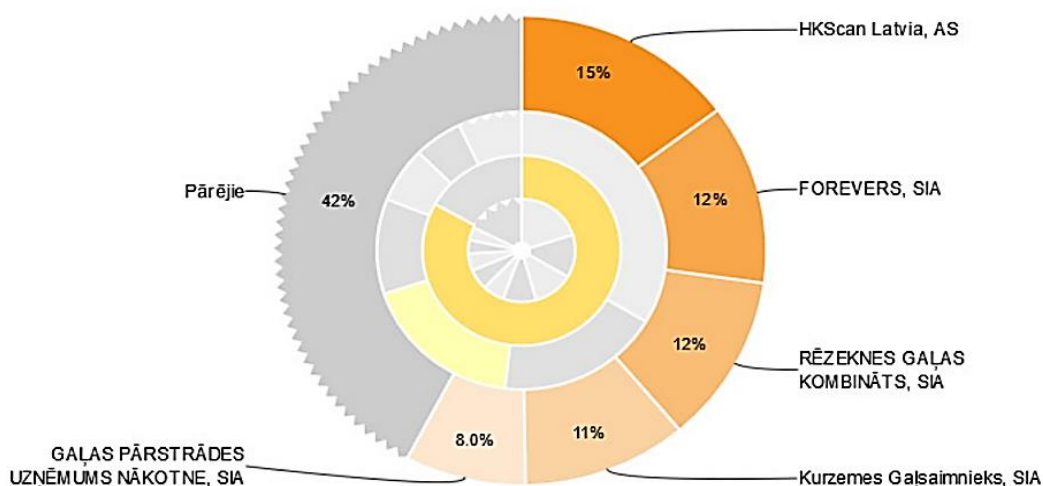
Latvijas pārtikas nozares attīstību, tāpat kā pārtikas nozari pasaulē, ietekmē patērētāju pieprasījuma maiņa attiecībā uz pārtikas produktiem. Pārtikas, tostarp gaļas un dzērienu ražošana ik gadu valstī veido 1,5 miljardu eiro lielu apgrozījumu. (Lapiņš H., <http://www.delfi.lv/news/comment/comment/heino-lapins-iedzivotaju-skaita-samazinasanas-var-butiski-ietekmet-galas-parstrades-nozari.d?id=48454629>) Tas ir viens no galvenajiem Latvijas ekonomikas stūrakmeņiem. Patlaban gaļas pārstrāde un ražošana veido 18 procentus no kopējās pārtikas ražošanas. Latvijas tirgū, tāpat kā citur, palielinās pieprasījums pēc veselīgiem pārtikas produktiem, kā arī pēc bioloģiski ražotiem produktiem, ko sekmē pieaugošās patērētāju rūpes par veselību. Sabiedrības veselības jautājumi tiek iekļauti arī valsts plānošanas dokumentos, kur viens no Latvijas lauksaimniecības attīstības prioritārajiem attīstības virzieniem ir patērētāju nodrošināšana ar drošu un kvalitatīvu pārtiku, kas atbilst arī ES pārtikas drošības politikas izvirzītajiem mērķiem, uzsverot, ka cilvēka veselība kā viena no pamatvērtībām ir dzīves kvalitātes, personīgās un ģimenes labklājības pamats. Jaunākie Centrālās statistikas pārvaldes dati par mājāsaimniecību patēriņa tendencēm Latvijā 2015. gadā liecina, ka viens ģimenes loceklis uzturam tērēja vidēji 84 eiro mēnesī. No tiem gaļai ģimenes pērn tērēja visvairāk – vidēji 19 eiro uz katru mājāsaimniecības locekli. 2015.gadā katrs Latvijas iedzīvotājs vidēji notiesāja 38 kilogramus cūkgaļas, 22 kilogramus mājputnu gaļas un 7 kilogramus liellopa vai teļa gaļas. Tātad kopumā 2015.gadā viens mājāsaimniecības loceklis Latvijā patērēja vidēji 68 kilogramus gaļas, tostarp arī jēru, tītaru un cita veida gaļu. (Lapiņš H., <http://www.db.lv/viedokli/galas-paterins-vai-panaksim-igauniju-un-lietuvu-457776>)

Latvijā ir vairāk nekā 50 dažādu gaļas pārstrādes un ražošanas uzņēmumu. Izteikts nozares līderis ir uzņēmums AS “HKScan Latvia”, kas agrāk bija pazīstams kā AS “Rīgas Miesnieks”(sk. 1.,2. attēlu, 1. tabulu (<https://www.firmas.lv/lbgpp/2015/raksti/1000000440303#/>))



1. attēls. 2014. gada neto apgrozījuma īpatsvars gaļas pārstrādes nozarē.

(<https://www.firmas.lv/lbgpp/2015/raksti/1000000440303>)



2. attēls. 2015. gada neto apgrozījuma īpatsvars gaļas pārstrādes nozarē.

(<https://www.firmas.lv/lbgpp/2016/raksti/1000000440512>)

1. tabula. Top 10 lielākie uzņēmumi pēc neto apgrozījuma gaļas pārstrādes nozarē. (<https://www.firmas.lv/lbgpp/2016/raksti/1000000440512>)

Nr.	Firmas nosaukums	Apgrozījums 2015, EUR	Apgrozījums 2014, EUR	Apgrozījuma izmaiņas	Peļņa 2015, EUR	Rentabilitāte	Darbinieku skaits
1	HKScan Latvia, AS	35 798 047	37 073 865	-3,44	2 132 427	5,96	209
2	Forevers, SIA	30 106 618	27 745 471	8,51	1 433 398	4,76	247
3	Rēzeknes gaļas kombināts, SIA	28 102 424	31 691 593	-11,33	673 961	2,4	381
4	Kurzemes gaļsaimeņiks, SIA	26 395 964	30 495 482	-13,44	349 384	1,32	252
5	Gaļas pārstrādes uzņēmums "Nākotne", SIA	19 352 837	20 980 285	-7,76	544 577	2,81	281
6	Heinors, SIA	6 450 669	4 778 659	34,99	213 516	3,31	26
7	Ardeks ražošana, SIA	6 258 785	5 665 066	10,48	-2 300 683	-36,76	127
8	AIBI, SIA	5 156 082	4 867 603	5,93	268 793	5,21	68
9	Lāses AM, SIA	4 986 804	4 918 326	1,39	379 935	7,62	41
10	Daugavpils gaļas kombināts, SIA	4 638 412	2 431 544	90,76	144 197	3,11	77

Kurzemē kopumā ir ap 13 gaļas pārstrādes uzņēmumu. Lielākie no tiem ir SIA “Kurzemes gaļsaimeņiks”, kas ir arī trešais lielākais šīs nozares uzņēmums Latvijā, dibināts 1997.gadā un atrodas Paplakā 35 km no Liepājas, SIA”Talsu Gaļa Pluss”-dibināta 2009.gadā, SIA”Ardeks Ražošana”-Saldus, dibināta 1996.gadā, IU Švēde-Talsi, dibināts 1995.gadā, SIA”Āmuļi”-Priekules novads, SIA”Inrad” –Kuldīga, dibināti 2012.gadā, SIA”Dižstroķu Bioloģiskā Saimniecība”- Durbes novads, dibināts 2013.gadā. Savukārt specializētu gaļas produktu veikalu skaits sasniedz ap 50, kas ietver gan mazo, gan lielo ražotāju produkcijas veikalus. Visaugstākais gaļas produktu veikalu skaits ir attiecīgi Kurzemes lielākajās pilsētās:

- Ventspilī – 10 veikali;
- Liepājā – 9;
- Saldus – 7;
- Tukums – 7;
- Kuldīga – 6;
- Talsi – 4;
- Aizpute – 2;
- Grobiņa – 2;
- Vārves pagasts – 2;
- Laidu pagasts – 1.  
([https://www.firmas.lv/results?of=4&srch=Ga%C4%BCas+p%C4%81rstr%C4%81de%2C+p%C4%81rtika&srch\\_exact=1&srch\\_where=nozares](https://www.firmas.lv/results?of=4&srch=Ga%C4%BCas+p%C4%81rstr%C4%81de%2C+p%C4%81rtika&srch_exact=1&srch_where=nozares))

Visvairāk tirdzniecības vietu Kurzemē nodrošina tādi ražotāji kā SIA “Forevers” ar 9 veikaliem, SIA “Kurzemes Gaļsaimeņiks” ar 9 veikaliem un SIA “Ardeks” ar 5 veikaliem. Autore uzskata, ka gaļas (jo īpaši cūkgaļas) un tās izstrādājumu tirgus Latvijā un konkrēti Kurzemē ir plašs, bet, tā kā patērētāju vēlmēm ir tendence mainīties un veselīgāku un vietējo produktu iegādi, un lielveikalos šo vēlmi ir grūti apmierināt, uzņēmējiem vajadzētu nodrošināt iedzīvotājus ar vairāk specializētām gaļas tirdzniecības vietām.

## 2. SIA “Miesnieks” darbības raksturojums

### 2.1. SIA “Miesnieks” dibināšana

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “Miesnieks” dibināta 1992. gada 29. oktobrī un darbojas gaļas un mājputnu gaļas produktu ražošanas nozarē (NACE 10.13). Gaļas un gaļas produktu ražošana Latvijā ir viena no aktuālākajām lauksaimniecības produkcijas ražošanas un pārstrādes nozarēm, jo gaļa un gaļas produkti Latvijas iedzīvotājiem ir ikdienas uztura sastāvdaļa. Papildus pamatnozairei SIA “Miesnieks” nodarbojas ar ēdināšanas pakalpojumu sniegšanu kopš 1998.gada. Uzņēmums atrodas Kurzemē – Ventspils novadā, Vārves pagastā, Ventavā, Ventas ielā 1A. Savu pirmo produkciju – desas (“Sīpolu”, Aknu desa, “Iecienītā”, vārītais šķiņķis, “Vīnes cīsiņi”, cūkgaļas sardeles, kā arī dažāda veida kūpinājumi) SIA “Miesnieks” saražoja un laistas apgrozībā 1994. gada februārī. Pirmās receptes sastādīja vācu tehnologi, kas piegādāja un uzstādīja pirmās ražošanas iekārtas un ražotnes jauda sākotnēji bijusi 800 kg cūkgaļas dienā. Uzņēmumam kopumā ir 5 struktūrvienības:

- Birojs Ventspilī, Jūras ielā 17-1a;
- Ražotne – cehs, kautuve Ventavā, Ventas ielā 1A;
- Pārtikas veikals Ventspilī, Saules ielā 33-47;
- Pārtikas veikals Ventspilī, Rindas ielā 44-17;
- Pārtikas veikals Ventavā. Skolas ielā 5-9.

Pārtikas veikali Ventspilī tika atvērti 1994. gada maijā un oktobrī, savukārt veikals ražošanas ceļā Ventavā 1995.gada septembrī. Tas savu darbību uz tagadējām telpām Skolas ielā pārcēla 2009.gadā. Jau 1995. gadā uzņēmums tika paplašināts, uzbūvējot kautuvi. Sākotnējā kautuves jauda bija 10 cūkas dienā. Vēlāk kautuve tika paplašināta un šobrīd tās jauda sasniedz 40 – 50 cūkas dienā.

Visus šos vairāk kā divdesmit gadus uzņēmums ir palicis uzticīgs gan savam uzņēmuma nosaukumam, gan sava produkta patērētājam, kļūstot par vecāko strādājošo gaļas pārstrādes uzņēmumu Latvijā. SIA “Miesnieks” Ventspils novadā ir lielākais gaļas pārstrādes uzņēmums, kurš veiksmīgi ir iekarojis vietējo tirgu. Uzņēmums kļuvis par līderis gaļas produkcijas tirdzniecībā Ventspils novadā un ieguvis savu tirgus nišu arī blakus novados. Kā apliecinājums “Miesnieks” produkta kvalitātei ir iegūtais Nacionālās pārtikas kvalitātes shēmas sertifikāta Zaļās karotītes zīmols. Uzņēmuma produkcija tiek piegādāta labākajos Rīgas un Kurzemes

restorānos, dažādās tirdzniecības vietās Rīgā un Kurzemē, kā arī “Miesnieks” veikalos Ventspilī un Ventavā.

## 2.2. Uzņēmuma iekšējā vides raksturojums

Komerccdarbības pamatā ir patērētāju vēlmju un vajadzību apmierināšana, piedāvājot kādu konkrētu produktu - jebkura ķermeniska vai bezķermeniska lieta, priekšmets vai pakalpojums, kas apmierina kādu vajadzību, ir paredzēts lietošanai vai citam ar patēriņu saistītam mērķim un kam var noteikt vērtību, to pērkot vai pārdodot tirgū. Katra uzņēmuma darbību un produkta virzību tirgū ietekmē vide, kurā tas darbojas. Vide nekad nav stabila. Katram uzņēmumam gan jāpazīst sava apkārtējā vide un tās izmaiņu raksturs, gan jāprot reaģēt uz šīm izmaiņām — neveiksmes, spējot pielāgoties videi, var kļūt par komercdarbības veiksmēm. Mārketinga vide iedalās divās daļās – iekšējā vidē, ko uzņēmums ir spējīgs ietekmēt, un ārējā vide, kuru tas nav spējīgs ietekmēt, savukārt tā var iespaidot uzņēmuma darbību.

Uzņēmuma iekšējā vide ir vide, kurā notiek uzņēmuma lēmumu pieņemšana. Iekšējo vidi veido tādi faktori, kurus uzņēmējs var ietekmēt vai mainīt:

- uzņēmuma mērķi un stratēģija;
- darbinieki - to zināšanas, prasmes un iemaņas;
- uzņēmuma struktūra - darba dalīšana, struktūrvienības, funkciju sadale un izpilde;
- tehnoloģija - iekārtu izmantošana, informācijas sistēmas;
- uzņēmuma kultūra, vadītāja stils.

Katram uzņēmumam ir sava misija, mērķi un vīzija, no kuriem veidojas stratēģija. Misija ir apgalvojums par uzņēmuma nolūkiem un iecerēm, ko tas vēlas paveikt. Tai jābūt orientētai uz tirgu, ņemot vērā patērētāju vēlmes, vajadzības un prasības, jēgpilnai, konkrētai un motivējošai. Misijai jābūt tādai, kas uzsver uzņēmuma stiprās puses un priekšrocības tirgū. Parasti tā tiek izvirzīta mērķos, vai pat apakšmērķos. Vīzija - vizuāls tēls, kas parāda, kādā organizācijā mēs gribam būt, kādā atmosfērā strādāt. Vīzija dara zināmus uzņēmuma galvenos attīstības virzienus un būtību gan darbiniekiem, gan klientiem, sadarbības partneriem un visai sabiedrībai. Vīzija nodrošina vadlīnijas tam, kādas pamata lietas jāaizsargā un kādas lietas jāmaina nākotnē. Uzņēmuma mērķu noteikšanas galvenie iemesli ir šādi:

- pārvērst misiju konkrētās izpildāmās darbībās;
- veidot atskaites sistēmu uzņēmuma darbības novērtēšanai;

- nodrošināt stingru un konsekventu darbību.

Lai nodrošinātu uzņēmuma ilgtermiņa darbību un tas nenovirzītos no izvirzīto mērķu sasniegšanas tiek veikta stratēģiskā plānošana. Laba Stratēģiskā plānošana ļauj izvērtēt uzņēmuma nākotnes attīstības scenārijus un noteikt nākamā perioda darbības prioritātes, sasniedzamos mērķus un veicamos uzdevumus. Tieši plānošana ir pirmais no vadītāju darbiem, lai veidotu veiksmīgu uzņēmumu. Plānošanai ir jābūt regulārai un piemērotai, jo tikai tad var cerēt uz panākumiem!

SIA “Miesnieks” kā savu misiju redz - būt par vadošo gaļas pārstrādes uzņēmumu Kurzemes un Vidzemes tirgū, kurš nodrošina un piedāvā nemainīgi augstu produkcijas kvalitāti un klāstu. Uzņēmums ir izvirzījis sekojošus stratēģiskos mērķus:

- Nostiprināt savu pozīciju tirgū, kā labākajam gaļas pārstrādes uzņēmumam Kurzēmē;
- Paplašinot ražošanu, paplašināt piedāvāto produktu sortimentu;
- Periodā no 2015. līdz 2020. gadam - palielinot tirgus daļu un apgrozījumu, palielināt peļņu. (SIA “Miesnieks” Valde, 2017)

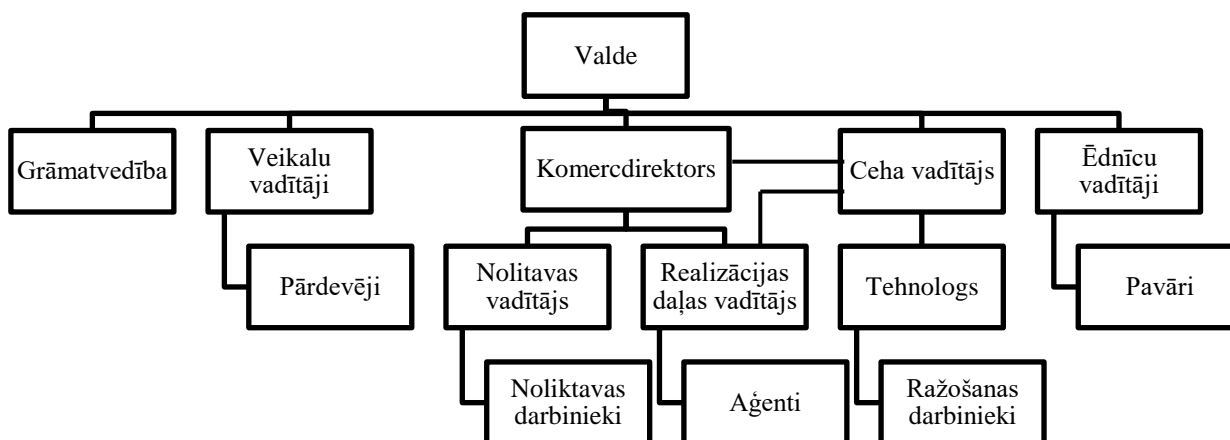
Lai uzņēmums spētu sasniegt izvirzītos mērķus, nepieciešams izzināt patērētāju pieprasījumu un vēlmes, izmantojot iemantoto reputāciju, nostiprināt saikni ar esošajiem klientiem, kā arī piesaistīt jaunus klientus.

SIA “Miesnieks” galvenās pamatvērtības ir profesionalitāte ikdienas darbā un attieksmē pret veicamajiem uzdevumiem, sadarbības partneriem un klientiem, uzticamība, sniedzot kvalitatīvus pakalpojumus, atbilstoši mūsu klientu vēlmēm un prasībām, ņemot vērā sabiedrības un vides intereses, laba reputācija kā uzņēmumam, uz kuru var paļauties, veidojot ilgtermiņā savstarpēji izdevīgu sadarbību. Uzņēmums augstu vērtē darbinieku godīgu un patiesu attieksmi gan attiecībā ar saviem kolēģiem, gan ar mūsu klientu un sadarbības partneru pārstāvjiem. SIA “Miesnieks” personāla vadības mērķis ir nodrošināt tādu darbinieku piesaisti, kas sekmētu uzņēmuma darba efektivitāti, stratēģisko mērķu īstenošanu vienlaikus nodrošinot darbiniekiem darba un attīstības iespējas, kā arī motivāciju. Kā zināms, veiksmīgas uzņēmuma darbības pamatā ir darbinieki, un uzņēmuma mērķu sasniegšanā būtisku lomu ieņem darba organizācija. Kā jau iepriekš minēts uzņēmums kopumā uz š.g. 31.03. nodarbina 68 darbiniekus, no kuriem:

- Pārstrādes cehs – 26;
- Lopu kautuve – 3;
- Mazumtirdzniecība – 6;
- Noliktava – 3;
- Ēdināšanas pakalpojumi – 9;
- Birojs – 10;

- Realizācijas daļa – 5. (SIA “Miesnieks” npublicētie materiāli, 2017)

Uzņēmuma personāla pakļautības struktūras (sk. 3.attēlu)



**3. attēls . SIA “Miesnieks” personāla pakļautības struktūra. (Autore, 2017, uzņēmuma npublicētie materiāli)**

Attēla redzams, ka pakļautības struktūras augšgalā atrodas uzņēmuma īpašnieks - valde, kura tiešā pakļautībā atrodas visu struktūrvienību vadītāji un grāmatvedības daļa. Uzņēmuma valde plāno, organizē un vada uzņēmuma darbu atbilstoši uzņēmuma stratēģijai, misijai un mērķim īpašnieku un sabiedrības interesēs, kontrolē darbu izpildi, motivē darbiniekus un nodrošina komunikāciju ar ieinteresētajām pusēm; pārzina un kontrolē uzņēmuma darbības funkcionālās jomas: tirgzinības, ražošanas un pakalpojumu organizēšanu, personāla vadīšanu, finanses, vadības informācijas sistēmas, loģistiku u.c. SIA “Miesnieks” valdi varētu saukt arī par uzņēmuma līderi. „Līderis visspēcīgākais ir brīdī, kad apgūtajām zināšanām tiek pievienota nopietna pieredze, bet personīgo ego līdzsvaro sapratne par kopējo labumu. Brīdī, kad skaidri apzinies savu zināšanu un varēšanas robežas, bet joprojām esi gatavs strādāt, lai tās paplašinātu, tu esi kļuvis par īstu līderi. Tas ir brīdis, kad tu vairs nezaicini pasauli, bet gan tikai pats sevi. Tieši šajā posmā līderis dod vislielāko pievienoto vērtību savai komandai un kopīgajam darbam.” (J.Binde, SIA Latvijas mobilais telefons prezidents, žurnāls „Kapitāls”, 2016(226),131). SIA “Miesnieks” valde regulāri kontrolē visu uzņēmuma struktūrvienību darbību katru dienu dodoties apgaitā. Zinot, kas notiek uzņēmumā, iespējams risināt tam aktuālas iekšējās vides problēmas. Katru pirmdienu tiek organizēta darbinieku ražošanas sapulce, lai saplānotu tekošās nedēļas ražošanas apjomus un prognozētu iespējamo peļņu, kā arī apspriestu aktuālos jautājumus par darba organizēšanu.

Uzņēmuma komercdirektora pienākumi ir:

- Noteikt uzņēmuma darbības pamatvirzienus un ekonomiskos rādītājus;
- Slēgt darījumus ar piegādātājiem un citām iestādēm;
- Noteikt nepieciešamos resursus un kontrolēt to izlietojumu;
- Organizēt ikdienas darbu izpildi;
- Plānot, vadīt un koordinēt struktūrvienības darbību;
- Vadīt ikdienas darījumus, veikt operatīvos darba un administratīvos pienākumus;
- Vadīt citus darbiniekus – noliktavas un realizācijas daļas darbinieki.

Realizācijas daļas vadītāja pienākumi ir:

- Uzņēmuma produkcijas pārdošana klientiem;
- Klientu piesaiste;
- Sadarbība ar esošajiem klientiem;
- Klientu konsultēšana par preču sortimentu;
- Pārdošanas darījumu organizēšana;
- Sadarbība ar preču ražotājiem un piegādātājiem;
- Preču piegādes organizēšana;
- Prezentāciju organizēšana veicot tiešo pārdošanu;
- Mārketinga aktivitāšu plānošana un realizēšana.

Realizācijas daļā tiek sadalīta produkcija priekš veikaliem. Produkcijas saražotais daudzums ir atkarīgs no tā, cik apjomīgi ir veikalu un ēdnīcu veiktie pasūtījumi. Lai uzņēmums spētu operatīvi plānot un organizēt produkcijas ražošanu, pasūtījumi jānodod noteiktās dienās līdz noteiktam pulksteņa laikam. Attālākos veikalus apmeklē uzņēmuma tirdzniecības aģenti, kas kontrolē preču sortimentu veikalos, pieņem pasūtījumus un izzina, kurā novadā kāda produkcija ir vispieprasītākā.

Atbilstoši nodarbināto amatu specifikai uzņēmumā strādājošo izglītības līmenis ir sekojošs:

- maģistra grāds – 1;
- bakalaura grāds un otrā līmeņa profesionālā augstākā – 4;
- pirmā līmeņa profesionālā augstākā – 2;
- profesionālā vidējā – 43;
- vispārējā izglītība – 18. (uzņēmuma npublicētie materiāli, 2017)

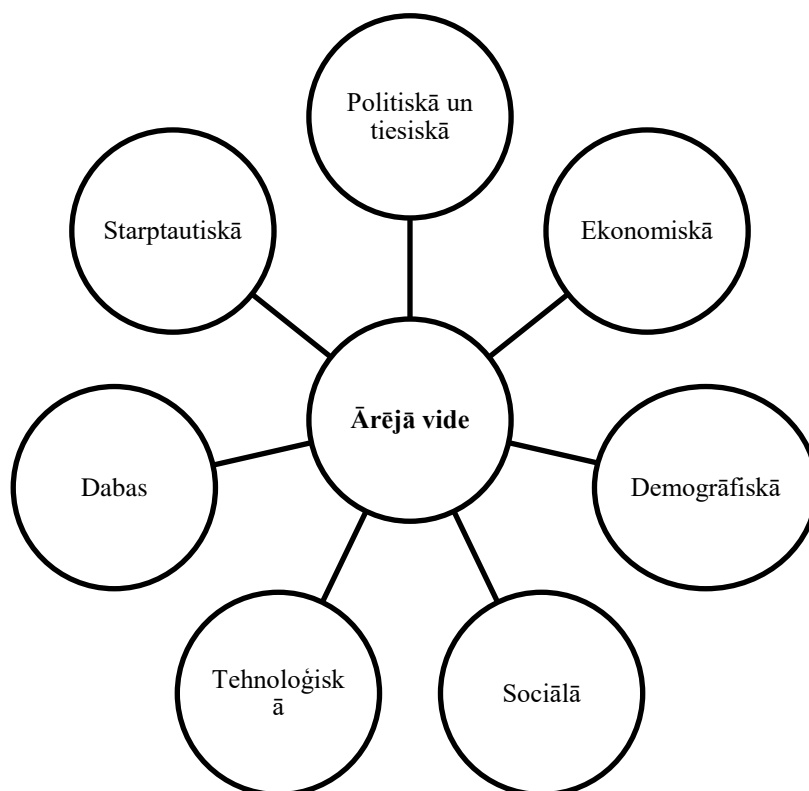
Kā galvenais motivēšanas instruments SIA “Miesnieks” ir darba samaksa. Uzņēmums darbiniekiem regulāri izmaksā atlīdzību par darbu, kurā ietver darba algu, kā arī darba līgumā noteiktās piemaksas un prēmijas. Uzņēmuma darba samaksas uzskaiti reglamentē „Darba likums”, likums „Par iedzīvotāju ienākuma nodokli”, „Par valsts sociālo apdrošināšanu”. Veikalu

darbiniekiem tiek maksāta 1% piemaksa no iegūtā plānotā apgrozījuma, tiek piemērota ievērojama atlaide pašu ražotās produkcijas iegādei. Arī pārējo struktūrvienību darbiniekiem ir iespēja iegādāties produkciju ar atlaidi. Ēdnīcas personālam brokastis un pusdienas ir par brīvu. Ziemassvētkos darbiniekiem tiek izmaksātas prēmijas un darbinieku bērniem sarūpētas Ziemassvētku paciņas. Tomēr nauda ne vienmēr ir pietiekama motivācija, tā pat var kļūt par kaitinošu faktoru, ja kompensācija ir neadekvāta, un tā var ātri zaudēt savu pievilcību un nespēs nodrošināt ilgtermiņā labus rezultātus no darbiniekiem. Bez naudas pastāv vēl daži tikpat svarīgi faktori – pārrealizācijas faktors, kas darbiniekam ļauj izmantot savas zināšanas, prasmes un spējas, lai darbā neveidotos rutīna, un labvēlīga vide, kas sevī ietver attiecības ar kolektīvu, priekšniecību, jo darbs ir tā vieta, kur cilvēks pavada lielu daļu sava laika. SIA "Miesnieks" sevī iemieso adekvāta atalgojuma un labvēlīgas vides faktorus, jo uzņēmuma vadītājs, lai gan prasa kārtību un disciplīnu, liek darbiniekiem justies novērtētiem.

Uzņēmuma mērķu sasniegšanai, ne mazāk svarīgs ir arī tehnoloģiskais faktors. No 2015. gada 1.aprīļa līdz 2015. gada 30.septembrim tika īstenots projekts "Automātiskas kūpināšanas kameras iegāde" (LAD projekta Nr.15-00-A00402-000004). 2016.gada janvārī tika iesniegts projekts "Gaļas produkcijas ražošanas paplašināšana". Abi projekti īstenoti no Eiropas Savienības līdzekļiem. Projekta mērķis - pēc projekta īstenošanas tiek palielināts pārstrādes uzņēmuma neto apgrozījums no lauksaimniecības produktu pārstrādes vismaz par pusi no projekta investīciju apjoma. Projekta ietvaros esošās kūpināšanas iekārtas tiek papildinātas ar jaunajām, lai palielinātu aukstās kūpināšanas produktu sortimentu. Projekta investīciju rezultātā apstrādes process kļūs efektīvāk - pilnībā automatizēts, kas minimizēs cilvēku roku darba nepieciešamību un iespējamās neprecizitātes. Tādējādi tiek nodrošināta stabila produkcijas kvalitāte. Esošās iekārtas uzņēmumā jau ir nolietojušās un novecojušas, tādēļ, īstenojot projektu paredzēts, ka ar jaunu tiks aizstāts, piemēram, ledus ģenerators. Uzņēmuma īpašumā esošā ledus ģenerators maksimālā jauda ir 300kg/ diennaktī, kas ir stipri nepietiekami pie esošajiem ražošanas apjomiem. Turklāt esošais ģenerators ir gan fiziski, gan morāli nolietojies, un tā turpmāka ekspluatācija ir saistīta ar regulāriem remonta izdevumiem. Uzņēmums projekta ietvaros iegādāsies ledus ražošanas ģeneratoru, kura jauda būs 2t/ diennaktī, tādējādi palielinot kopējo ledus ražošanas jaudu par vairāk nekā 25%. Kopumā projektā plānots veikt 136 625,80 eiro lielus ieguldījumus.

### 3.2. Uzņēmuma ārējā vide

Uzņēmuma ārējā vide sevī ietver makrovidi un mikrovidi. Makrovide ietver visus tos nosacījumus un spēkus, kas tieši vai netieši ietekmē jebkuru uzņēmumu jebkurā nozarē. Makrovides faktori attiecas uz visiem uzņēmumiem – tos zināmā mērā var ietekmēt, bet tie praktiski nav kontrolējami. (sk. 4. attēlu)



4. attēls. Ārējās vides ietekmes faktori. (Autore, 2017)

Politiskā un tiesiskā vide ir likumu un citu likumdošanas aktu, valsts iestāžu, partiju u.c. sabiedrisko organizāciju kopums, kas ietekmē uzņēmuma darbību, to attīstot vai ierobežojot. Ekonomiskā vide ir faktoru kopums, kas ietekmē patērētāju pirktspēju – maksātspēju un pieprasījuma struktūru. Iedzīvotāju pirktspēja atkarīga no:

- iedzīvotāju ienākumu pieauguma vai samazinājuma;
- cenu līmeņa;
- iedzīvotāju ietaupījumiem;
- kredītu saņemšanas noteikumiem.

Ekonomiskie ietekmes faktori var būt strauja ekonomikas attīstība, krīze, inflācija, dalījums šķirās – bagātie, nabagie, u.c. Ienākumi dažādos reģionos var būt atšķirīgi, jo ir atkarīgi no mājāsaimniecības ekonomiskā sastāva un demogrāfiskā tipa.

Demogrāfiskā vide ir demogrāfisko faktoru kopums, kas ietekmē patērētāju pieprasījuma lielumu, struktūru un tirgus kopējo ietilpību. Demogrāfiskā ziņā ir svarīgi tādi faktori kā iedzīvotāju skaita pieaugums vai samazinājums, sadalījums vecuma grupās, pēc dzimuma, teritoriālais sadalījums.

Sociālo vidi veido faktoru kopums, kas ietekmē patērētāju dzīvesveidu, veicina dzīves vērtību veidošanu un attieksmi pret produktiem, zīmoliem. Tie var būt – patērētāju izglītības līmenis, intereses, hobiji, migrācija, u.c.

Tehnoloģiju attīstība un zinātne veido vidi, kas veicina esošo produktu uzlabošanu un jaunu ieviešanu, tādējādi radot jaunas mārketinga iespējas. Tehnoloģiskie faktori ir tie, kas rada jaunas tehnoloģijas, jaunus produktus un tirgus iespējas.

Dabas vide ietver dabas resursus, ko izmanto komercdarbībā. Galvenās dabas vides izmaiņu tendences ir izejvielu deficīts, enerģijas sadārdzināšanās, apkārtējās vides piesārņojums, dabas resursu izmantošanas valsts regulējums. Faktori var būt – dažādas klimata izmaiņas, laika apstākļi, dabas katastrofas, u.c.

Starptautiskā vide ir ārpusvalsts ekonomisko, politisko u.c. faktoru kopums, kas ietekmē uzņēmumu attiecības ar ārējo vidi.

Pētot makrovidi bieži vien tiek pielietota PEST analīze, kurā tiek izdalīti četri galvenie faktoru kopumi:

- Politiskie faktori – nodokļu politika, darba tiesības, vides tiesības, tirdzniecības ierobežojumi, tarifi un politiskā stabilitāte u.c.;
- Ekonomiskie faktori ietver ekonomiskās izaugsmes, procentu likmes, valūtas maiņas kursu, inflācijas līmeni;
- Sociālie ietekmes faktori saistās ar kultūras attieksmēm, ētiskiem uzskatiem, kopīgām vērtībām, dzīves stila diferenciacijas līmeni, demogrāfiju, izglītības līmeņiem utt. Sociālo faktoru novērošana palīdz organizācijām saglabāt to reputāciju iesaistīto pušu acīs;
- Saistās ar izmaiņām tehnoloģijās, kas var mainīt uzņēmuma konkurētspējas pozīciju. Nozares saplūst; rodas jaunas stratēģiskās grupas; tiek uzlaboti pašreizējie produkti, un procesa inovācijas samazina ražošanas izmaksas.

PEST analīzei ir gan savas stiprās, gan vājās puses. (sk. 2. tabulu)

**2. tabula. PEST analīze – priekšrocības un trūkumi. (Autore,  
<http://rokasgramata.lv/vadiba/pest-analize/>)**

Stiprās puses	Vājās puses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ieguldījums stratēģiskajā analīzē;</li> <li>• palīdz noteikt faktorus, kas ietekmē uzņēmuma konkurētspējas pozīciju;</li> <li>• ar PEST analīze palīdzību mēģina prognozēt nākotni;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• faktoru saraksts ir subjektīvi pieņemts;</li> <li>• vides analīze ir komplicēta;</li> <li>• tendenču savstarpējās saistības novērtēšana un izsekošana ir sarežģīts un kļūdām pakļauts process;</li> </ul>

Uzņēmuma SIA “Miesnieks” PEST analīze:

- Neatkarīgi no nozares, jebkura uzņēmuma politiskie un tiesiskie ietekmes faktori ir valsts likumdošana un nodokļu sistēma. Jo īpaši stingri tiek kontrolēta apstrādes rūpniecības lielākā apakšnozare – pārtikas rūpniecība, kurā darbojas arī SIA “Miesnieks”. Konkrētāk – gaļas pārstrādes rūpniecība (skat.2.nod.). Kopumā Latvijā tiesiskā vide uzņēmējiem joprojām liek mācīties “sērfot viļņos”, jo tā mainās tik strauji, ka uzņēmējiem bieži vien ir ne vien grūti izsekot līdzī visām izmaiņām, bet arī laikus nodrošināt šo prasību izpildi. Galvenie uzņēmuma darbību ietekmējošie likumi un normatīvie akti ir:

- Prasības kautuvēm, kurās nokauto dzīvnieku gaļu mazā daudzumā realizē vietējā tirgū. MK noteikumi Nr.328 no 2013.gada 18.jūnija
- Pārtikas aprites uzraudzības likums. Stājās spēkā 1998.gada 20.martā.
- Dzīvnieku liemeņu klasifikācijas noteikumi. MK noteikumi Nr.307 no 2015.gada 16.jūnija
- Tirdzniecība publiskās vietās Ventspils pilsētā. Ventspilī 2011.gada 15.jūlijā.
- Dabas resursu nodokļa likums. Spēkā no 1.01.2006.
- Noteikumi par kārtību, kādā izsniedz dzīvnieku un dzīvnieku izcelsmes produktu veterināros/veselības sertifikātus, un vispārīgajām veterinārajām prasībām dzīvnieku izcelsmes pārtikas produktu aprītei. MK noteikumi Nr.1121 spēkā no 2010.gada.14.decembra
- Kaušanai paredzēto lauksaimniecības dzīvnieku aizsardzības prasības. MK noteikumi Nr.21 spēkā no 2013.gada 8.janvāra.
- Prasības informācijas sniegšanai par nefasētu pārtiku. MK noteikumi Nr.595 stājās spēkā no 2015.gada 20.oktobra.
- Kārtība, kādā norādāmas preču un pakalpojumu cenas. MK noteikumi Nr.178 no 1999.gada 18.maija.
- Valsts valodas likums. Stājās spēkā no 2000.gada 1.septembra.

- Likums par grāmatvedību. Stājās spēkā no 1993.gada 1.janvāra.
  - Pievienotās vērtības nodokļa likums. Spēkā no 2013.gada 1.janvāra.
  - Par iedzīvotāju ienākuma nodokli. Likums spēkā no 1994.gada 1.janvāra.
  - Par valsts sociālo apdrošināšanu. Likums spēkā no 1998.gada 1.janvāra.
  - Nodokļu un citu maksājumu reģistrēšanas elektronisko ierīču un iekārtu lietošanas kārtība. MK noteikumi Nr.96 no 2014.gada 11.februāra.
  - Ātri sasaldētu pārtikas produktu aprites noteikumi. MK noteikumi Nr.254 no 2010.gada 16.marta.
  - Alkoholisko dzērienu aprites likums. Spēkā no 2004.gada 1.maija.
  - Tabakas izstrādājumu, augu smēķēšanas produktu, elektronisko smēķēšanas ierīču un to šķidrumu aprites likums. Spēkā no 2016.gada 20.maija.
- Kā ekonomisko ietekmes faktoru var minēt ekonomisko situāciju valstī kopumā, jo tā nosaka iedzīvotāju pirktspēju. Kā prognozē “SEB” bankas makroekonomikas eksperts Dainis Gašpuitis “Šogad un nākamgad Latvija būs Baltijas līderis IKP izaugsmē ar 3.5% 2017. un 2018. gadā. Igaunijas ekonomika šogad pieaugs par 2.2%, bet nākamgad par 3.1%, savukārt Lietuvas IKP šogad augs par 2.5% un 2018. gadā – par 3.1%”. “Nosacījumi patēriņa pieaugumam Latvijā ir labvēlīgi. Eksports atgūsies, reālā darba alga augs un bezdarbs samazināsies, tiesa gan – izaugsmes tempi nebūs ātri. Eiropas Savienības fondu pieejamība ekonomikā iepludinās jaunas asinis – īpaši tas attiecināms uz būvniecības sektoru.” Arī uzņēmuma “Miesnieks” vadība un darbinieki regulāri seko līdzī ekonomisko tendenču izmaiņām valstī. ( Gašpuitis D. <http://www.seb.lv/info/ekonomiska-vide/sogad-latvijas-uznemumiem-labas-izredzes-augt>)
  - Ar sociālo faktoru uzņēmums var analizēt sava tirgus sociāli ekonomisko vidi, izmantojot tādus elementus kā klientu demogrāfija, kultūras ierobežojumi, dzīvesveida attieksme un izglītība. Analizējot šos faktorus uzņēmums var saprast, kā veidojas patērētāju vajadzības un kādi ir to pirkumi tirgū. SIA “Miesnieks” darbību un gaļas pārstrādes nozari sociālie faktori var ietekmēt dažādi. No vienas puses zināms, ka psihologa Abrahama Maslova vajadzību piramīdā fizioloģiskās vajadzības ir primārās, tajā skaitā ēšanas vajadzība, kas nodrošina pieprasījumu pēc produktiem. No otras puses, daļa iedzīvotāju ir veģetārieši, kam uzņēmuma piedāvātā produkcija nav saistoša. Uzņēmuma stiprā puse attiecībā uz sociālajiem un kultūras faktoriem ir sezona, tradīcijas un svētki. Līdz ar siltās sezonas iestāšanos un patērētāju paradumiem biežāk atrasties pie dabas, mainās - paaugstinās arī pieprasījums pēc dažādiem gaļas izstrādājumiem. To pašu var teikt arī par tradīcijām un

svētkiem – vairumam latviešu Līgo svētki un Jāņi nav iedomājami bez šašlika un desiņām. Tāpat aizvien vairāk patērētāji izvēlas vietējo Latvijā ražoto produkciju, līdz ar to uzņēmumam ir iespēja saglabāt savas pozīcijas Latvijas tirgū.

- Tehnoloģiskie un zinātniskie ietekmes faktori - šie faktori ietver tehnoloģiju attīstību, tehnoloģiju dzīves ciklu, interneta lomu un valdības izdevumus tehnoloģiju pētījumiem. Tehnoloģiskie faktori līdz šim brīdim ir bijuši uzņēmuma lielākie trūkumi, piemēram, apstrādes process uzņēmumā nav pilnībā automatizēts. Šobrīd uzņēmuma viena no lielākajām problēmām ir saistīta ar specializētās transportēšanas tehnikas trūkumu, kura spētu nodrošināt gaļas izejvielu un gatavās produkcijas ar augstu pievienoto vērtību transportēšanu vajadzīgā apjomā un kvalitātē. Specializētās transportēšanas tehnikas trūkums ierobežo arī uzņēmuma spējas palielināt ražošanas jaudas un elastīgi izpildīt pircēju pasūtījumus. Vēl viena būtiska problēma ir saistīta ar esošās uzskaites un kontroles sistēmas neefektivitāti. Izejvielu, ražošanā esošās gaļas un gatavās produkcijas apjoms šobrīd tiek uzskaitīts un kontrolēts manuāli, iesaistot lielus darbaspēka resursus, kas būtiski traucē optimizēt ražošanas procesu un kāpināt ražošanas jaudu.

Lai gan demogrāfiskie faktori nav iekļauti PEST analīzes ietvaros, autore uzskata, ka tas ir ne mazāk svarīgs faktors, jo bez patērētāja nav komercdarbības. Balstoties uz Centrālās statistikas pārvaldes sniegtajiem datiem, 2017. gada sākumā atbilstoši provizoriskiem aprēķiniem Latvijā dzīvoja 1 miljons 953 tūkstoši iedzīvotāju. Iedzīvotāju skaits turpina samazināties, taču samazinājuma temps ir lēnāks. Iedzīvotāju skaits samazinās gan negatīva dabiskā pieauguma dēļ, gan ilgtermiņa migrācijas rezultātā (emigrantu skaitam pārsniedzot imigrantu skaitu). 2016. gada sākumā 68 % Latvijas iedzīvotāju dzīvoja pilsētās, no tiem gandrīz puse jeb 48 % Rīgā. ([http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/publikacijas/2017/Nr%2003%20Latvija%20Galvenie%20statistikas%20raditaji%202017%20%2817\\_00%29%20LV.pdf](http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/publikacijas/2017/Nr%2003%20Latvija%20Galvenie%20statistikas%20raditaji%202017%20%2817_00%29%20LV.pdf))

Uzņēmuma mikrovidi veido sekojoši faktori: (sk. 5.attēlu)



5. attēls. Mikrovides ietekmes faktori. (Autore, 2017)

Piegādātāji – dažādu organizāciju un atsevišķu cilvēku grupa, kuri piedalās uzņēmuma materiāli tehniskajā sagādē. No piegādātāju puses var būt šādi uzņēmuma darbību ierobežojoši faktori:

- materiālo resursu cenas;
- piegādājamo preču izejvielu vai pakalpojumu kvalitāte;
- piegādes noteikumi.

SIA “Miesnieks” noslēdzis vienošanās ar sadarbības partneriem, gan savas produkcijas ražošanai, gan citu ražotāju preču tirgošanai. Uzņēmuma lielākie sadarbības partneri ir zemnieku saimniecības “Stepnieki-2” un “Oši”, no kurām SIA “Miesnieks” iepērk cūkas savas produkcijas ražošanai. Izejvielas ražošanai uzņēmums iepērk no:

- SIA “DCL” – desu apvalki;
- SIA “Baltic Pack” – desu apvalki;
- UAB “Genba Taste” – desu apvalki;
- SIA “Multipack” – iepakojamais materiāls;
- SIA “TCB Sistēmas” – dezinfekcijas līdzekļi;
- SIA “Circle K Latvia” – degviela;

Savos veikalos SIA “Miesnieks” tirgo tādas lietas kā alkoholiskie un bezalkoholiskie dzērieni, konditorijas izstrādājumus, kafiju, tējas, u.c. Izejvielas ražošanai un produktus tirdzniecībai SIA “Miesnieks” iepērk no (sk. 3.tabulu):

**3. tabula. Piegādātāji SIA “Miesnieks”. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” nepublicētie materiāli)**

Alkohols	Garšvielas	Piens	Maize	Bakaleja
A/s Aldaris	SIA Asante	PLPKS Dundaga	SIA Puķītes-2	SIA Eugesta un Partneri
SIA Altia Latvia	SIA Daiva	A/s Tukuma piens	SIA Saldus Maiznieks	SIA Orkla Confectionery&Snacks
SIA Amber Distribution Latvia	SIA ZVT Group	A/s Talsu piensaimnieks	SIA Kuldīgas maizes ceptuve	SIA Orkla Foods Latvija
SIA Spiri Tradingt&Wine	SIA PS Komerc LTD RKF	A/s Rīgas piena kombināts	A/s Hanzas maiznīca	SIA Sanitex

Dārzeņu uzņēmumam piegādā SIA “Ventagra”.

Starpnieki - uzņēmumi, kas nodarbojas ar produktu pārvietošanu, izplatīšanu, pārdošanu tirgū u.c. pakalpojumiem. SIA “Miesnieks” pats darbojas kā starpnieks. Ar produkcijas izplatīšanu tirgū nodarbojas uzņēmuma realizācijas daļa. Par sadarbību ar citiem uzņēmumiem atbild realizācijas daļas vadītājs tiešā komercdirektora vadībā. Par produktu esamību, sortimentu, pasūtījumiem, piegādi un izvietojumu tirdzniecības vietās atbildīgi ir aģenti.

Patērētāji - spēki, kas atrodas preču virzīšanas ķēdē līdz galapatērētājam. Tie var būt realizācijas starpnieki, kā arī atsevišķas personas un mājsaimniecības, kuras iegādājas preces personīgām vajadzībām, un citi uzņēmumi un organizācijas, kas patērē preces savām uzņēmuma vajadzībām. SIA "Miesnieks" ar savu produkciju apgādā ne tikai 3 savus firmas veikalus, bet darbojas kā piegādātājs citiem uzņēmumiem. Galvenie sadarbības partneri, kuriem tiek piegādāta uzņēmumā saražotā produkcija ir veikali Kurzemes reģionā, Rīgā, restorāni. Ventspils novadā lielākais sadarbības partneris ir AS "Diāna", kura ar "Miesnieks" produkciju nodrošina 9 "Top" veikalus un dažādu franšīzu īpašnieku "ELVI" veikalus.. SIA "Miesnieks" produkciju piegādā arī vairākām pašvaldības iestādēm:

- Ventspils novada pašvaldība;
- Ventspils pilsētas Izglītības pārvalde;
- Talsu novada Izglītības pārvalde;
- Saldus novada pašvaldība;
- Rojas novada dome.

Lielākie sadarbības partneri ārpus Ventspils novada:

- Uzņēmumi Rīgā:
  - Restorāni – SIA "Baltic PUB", SIA "Bierhaus", SIA "Bufete Gauja", SIA "MA pavāru studija", SIA "OZRT";
  - Veikali – SIA "Enhars", SIA "JUKA Baltic", SIA "Respect", SIA "Delicious Food Company", SIA "Rskorpions" (3 SKY veikali);
- Uzņēmumi Talsos – SIA "Gabriēla" – TOP veikali;
- Liepājā – SIA "Grivaldi" – veikali;
- Kuldīgā – veikali – SIA "VITA mārkets", SIA "VIKO", SIA "Pārsla", SIA "Banderi S.IDE", SIA "Eres";
- Saldus - SIA "Kalnsētas" – veikali;

Konkurenti – uzņēmumi, kas darbojas noteiktā mērktirgū un veic mārketinga darbības, lai pircējus piesaistītu saviem piedāvātajiem produktiem. SIA "Miesnieks" konkurenti ir visi tie uzņēmumi, kas darbojas gaļas pārstrādes nozarē. Lielākie konkurenti Kurzemes reģionā ir SIA "Kurzemes Gaļsaimnieks", AS "Talsu gaļa".

Saskarsmes auditorija - kredītiestādes, investori, masu informācijas līdzekļi, valsts iestādes, kas nodarbojas ar uzņēmuma darbības uzraudzību un kontroli u.c. iestādes, sabiedriskās organizācijas, kas būtiski var ietekmēt uzņēmuma izvirzīto mērķu sasniegšanu.

## 1.4. Produkcijas raksturojums

SIA „Miesnieks” savu produktu ražošanā izmanto cūkgaļu tikai no Latvijā audzētām cūkām, ražošanas procesā maksimāli izmanto dabīgās garšvielas un izvairās no pārtikas piedevu lietošanas, tādēļ produktu realizācijas laiki ir robežās līdz 10 – 14 dienām. SIA „Miesnieks” gaļas produktu sastāvā ir no 50 – 98% cūkgaļas. Produkti tiek ražoti nelielās partijās un veikalos tie vienmēr ir svaigi un ilgstoši neuzglabājas. Kā apliecinājums “Miesnieks” produkta kvalitātei ir iegūtais Nacionālās pārtikas kvalitātes shēmas sertifikāta “Zaļās karotītes zīmols”.

Uzņēmums ražo vairāk nekā 80 dažādu veidu produktus, ko var iedalīt dažādās grupās:

- Svaigas cūkgaļa;
- Cīsiņi, sardeles bez konservantiem, E vielām
- Cīsiņi, sardeles;
- Vārītās desas;
- Pusžāvētās desas;
- Auksti kūpinātas desas;
- Gaļas izstrādājumi un ruletes;

Cīsiņi sardeles bez konservantiem, E vielām: cīsiņi “Lācēns” – 96% cūkgaļa, sardeles “Lācēns” – 96% cūkgaļa, vārītā desa “Lācēns” – 96% cūkgaļa, Skolas pusžāvētā – 75% cūkgaļa. Cīsiņi un sardeles “Lācēns”, un Skolas desa ieguvuši sertifikātu “Zaļās karotītes zīmols”.

Cīsiņi un sardeles: Cūkgaļas sardeles – 53% cūkgaļa, Ekstra sardeles – 92% cūkgaļa, Vīnes cīsiņi – 92% cūkgaļa, Krējuma cīsiņi – 53% cūkgaļa;

Vārītās desas: Doktora 1.šķira - 50% cūkgaļa, Sviestmaižu desa – 50% cūkgaļa, Tējas desa – 55% cūkgaļa, Doktora augstākā labuma – 92% cūkgaļa, Brokastu desa - 92% cūkgaļa, Kurzemes iecienītā desa – 70% cūkgaļa, Gaļas maize – 38% cūkgaļa, Piena desa – 90% cūkgaļa, Iecienītā desa – 86% cūkgaļa.

Pusžāvētās desas: Miesnieka desa – 97% cūkgaļa, Senču desa – 40% cūkgaļa, Ķiploku desa – 40% cūkgaļa, Ķīmeņu desa – 40% cūkgaļa, Mājas desa – 70% cūkgaļa, Ventspils desa - 55% cūkgaļa, Dāņu salami – 86% cūkgaļa, Salami pusžāvēta – 91% cūkgaļa, Ventas servelāde – 86% cūkgaļa, Ventas pusžāvētās desiņas - 81% cūkgaļa, Užavas cepamdesiņas, Kāpostu desiņas – 70% cūkgaļa, Grildesiņas – 75% cūkgaļa, Šašliku desiņas – 92% cūkgaļa, Rīgas salami, Ungāru salami, Kūpināti kupāti – 100% cūkgaļa, Mednieku desiņas – 88% cūkgaļa, Desa “Geiša”, Krakovas desiņas – 100% cūkgaļa;

Auksti kūpināti izstrādājumi: Kungu desiņas – 97% cūkgaļa, Piparu desiņas – 97% cūkgaļa; Kurzemnieku gaumē - 97% cūkgaļa.

Gaļas produkti un ruletes: Putraimu desa, Asinsdesa “Uzgriežamā”, Galvas siers, Aknu siers; Sīpolu desa - 97% cūkgaļa, Galerts - 95% cūkgaļa, Aknu desa – 50% cūkgaļa, Beļģu aknu desa, Aknu pastēte, Zemnieku pastēte, Sviestmaižu speķis, Kupāti - 100% cūkgaļa, Viltotais zaķis, Presēts cūkgaļas stilbs, Rulete Ekstra - 81% cūkgaļa, Pikantā cūkgaļas rulete – 78% cūkgaļa. Rulete ar ķiplokiem – 100% cūkgaļa, Svētku rulete – 77% cūkgaļa, Šķiņķa rulete, Rumāņu delikatese, Gaļas rulete – 68% cūkgaļa, Zemnieku rulete – 84% cūkgaļa, Karbonāde “Našķis”, Šķiņķis “Našķis”, Šķiņķis kūpināts, Lāpstiņa kūpināta pirtnieku gaumē, Kūpinātas cūkas ausis “Alus uzkoda” – 100% cūkgaļa, Karbonāde, Marinēts uzkožamais speķis, Marinēts šķiņķis, Kūpināts kakliņš, Marinēta fileja, Marinēta cūkgaļa, Cūkgaļa zemnieku gaumē, Kūpinātas grilribas – 100% cūkgaļa, Lauku kūpinājums – 100% cūkgaļa, Uzkožamais speķis – 100% cūkgaļa, Kūpināts speķis – 100% cūkgaļa, Pīrādziņu speķis – 100% cūkgaļa, Pikantais presētais speķis – 100% cūkgaļa, Kūpināti vaidziņi – 100% cūkgaļa, Kūpināti stilbi – 100% cūkgaļa, Kūpinātas ribiņas – 100% cūkgaļa, Kūpināti kauli – 100% cūkgaļa, Kūpināts ragū – 100% cūkgaļa, Kūpinātas galvas – 100% cūkgaļa, Kūpinātas kājas – 100% cūkgaļa, Kūpinātas ādas – 100% cūkgaļa. Karbonāde un šķiņķis “Našķis” sastāvā neietilpst E vielas.

## 2.5. Uzņēmuma konkurētspēja

Konkurence ir uzskatāma par ekonomisku sacensību starp tirgus dalībniekiem, kas sacenšas viena veida vai aizstājamu preču ražošanā vai realizācijā. Tā ir cīņa par pircēju, par noteicošo lomu tirgū. Tieši konkurence ir tā, kas nosaka, virza un attīsta uzņēmumu spēju pielāgoties konkurences prasībām, veicinot jaunu tehnoloģiju radīšanu, cenu samazināšanos, kvalitātes uzlabošanos, kā arī klientiem piedāvāto produktu klāsta paplašināšanos. Jāsaka, ka konkurence ir ne vien galvenais stimuls, kas liek uzņēmumiem pilnveidot un attīstīt savu produkciju, bet arī spēks, kas līdzsvaro tirgus cenas, padarot tās pieņemamas gan pircējiem, gan pārdevējiem. Tāpat konkurence nodrošina cenas veidošanu un tirgus mehānismu funkcionēšanu. Jāatgādina, ka mūsdienās konkurence nepastāv vairs tikai vienas nozares vai valsts ietvaros, bet gan plašākā un starptautiskā mērogā. Konkurence ir izdevīga patērētājiem, tādēļ ka:

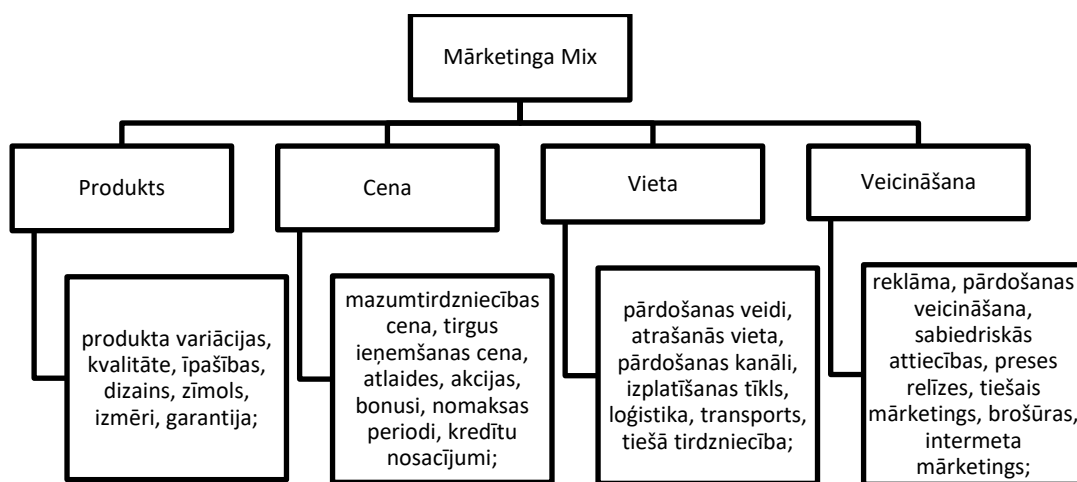
- tā veicina uzņēmuma izmaksu samazināšanos un nodrošina resursu efektīvāku izmantošanu;

- veicina produktu daudzveidības un kvalitātes paaugstināšanu;
- sekmē inovatīvu jauninājumu ieviešanu komercdarbībā;
- apbalvo tos, kas dod labumu citiem, un soda tos, kas gūst labumu tikai sev;
- nodrošina brīvību, kas attiecas uz patērētāju izvēli un uzņēmuma produkciju;
- ietaupa patērētāju naudu.

Konkurētspēja ir uzņēmuma, nozares vai valsts spēja realizēt savu produkciju tirgū. Tā ir viena no svarīgākajām preču un pakalpojumu tirgu raksturojošām kategorijām, kā arī viens no būtiskākajiem faktoriem komercdarbībā, kas ietekmē jebkurā tautsaimniecības nozarē darbošos uzņēmumu. Mūsdienās piedāvātais produktu klāsts ir tik plašs, ka ar vienu produktu iespējams apmierināt vairākas vajadzības un otrādi – vienu vajadzību ar vairākiem līdzvērtīgiem produktiem. Savā starpā konkurē ne vien produkti, bet arī dažādu nozaru uzņēmumi. Komercdarbībā spējīgāks ir tas uzņēmums, kas salīdzinājumā ar citiem precīzāk zina, kādas ir patērētāju vajadzības un, kādā veidā tās tiek apmierinātas. Jo augstāks ir konkurences līmenis, jo augstāks ir uzņēmuma attīstības līmenis.

Kurzemes reģionā SIA “Miesnieks” ir viens no trīs lielākajiem gaļas pārstrādes uzņēmumiem. Lielākie uzņēmuma konkurenti ir SIA “Kurzemes gaļsaime”, kas ir arī viens no lielākajiem šīs nozares uzņēmumiem Latvijā, un SIA “Talsu Gaļa Pluss”.

Lai celtu savu konkurētspēju konkurentu vidū un veiksmīgi virzītu savu produktu tirgū, ikvienam uzņēmumam ir jāpārzina kritēriji, kas iespaido patērētāju izvēli par labu uzņēmuma vai tā konkurentu produktiem. Šo kritēriju kopumu sauc par Mārketinga Kompleksu jeb Mārketinga Mix. (sk. 6.attēlu)



**6. attēls. Mārketinga Mix faktori. (Autore, 2017,**

**<https://economictimes.indiatimes.com/definition/marketing-mix>)**

Produkts – labumi, kas tiek piedāvāti tirgū, patērētāju vēlmju un vajadzību apmierināšanai. Produkts var būt gan materiāla, taustāma lieta, gan pakalpojums – pasākums, ideja vai labums, ko viena puse var piedāvāt otrai. Jēdziena „produkts” saturs ir daudz plašāks –

bez pašas preces, tajā tiek ietverta atšķirīgā kvalitāte, iesaiņojums, par precī sniegtā informācija, tās sastāvs, lietošanas noteikumi, u.c. Tīrgū konkurē ne vien preces, bet arī to papildinājumi. Maz ticams, ka sekmīgi darboties ir spējīgi tie uzņēmumi, kuri domā tikai par pašu produktu, jo tikpat svarīga ir arī produkta pasniegšana, prezentēšana patērētājam, apkalpošanas organizēšana, pārdevēju attieksme u.c. Mēdz gadīties, ka šie „papildinājumi” kļūst svarīgāki par pašu produktu.

Uzņēmums ražo dažāda veida gaļas produkciju – desas, kūpinājumus, cūku liemeņus, izcirtņus un subproduktus. SIA “Miesnieks” produktu galvenā priekšrocība ir izejvielas – cūkgaļa, kas iegūta tikai un vienīgi no Latvijā audzētām cūkām, kas nodrošina produkta augsto kvalitāti. Šo priekšrocību varētu saukt arī par “Miesnieks” produktu pievienoto vērtību. Uzņēmuma piedāvāto produktu sortiments ir pietiekami plašs – vairāk ka 80 produktu, lai apmierinātu patērētāju vajadzības un vēlmes. Vēl viena priekšrocība ir tā, ka uzņēmums tirgo ne vien jau gatavu gaļas produkciju, bet piedāvā arī svaigu cūkgaļu. Kā trūkumu var minēt produktu iesaiņojuma dizainu, kas ir ļoti vienkāršs un vizuāli nepievilcīgs.

Cena - tas cik daudz klienti ir gatavi maksāt par produktu. Cena tiek uzskatīta par visspēcīgāko konkurences līdzekli, jo cenu līmenis ietekmē to, cik liels daudzums preču tiks pieprasīts. Uz lielāko daļu produktu attiecas fakts – jo zemāka ir cena, jo lielāks pieprasījums. Tomēr cenai piemīt arī iracionālā puse: ja kaut kas, kas ir dārgs, tiek uzskatīts par labāku, piedāvājot zemāko cenu nepieciešams izvērtēt, cik labs ir tāda veida piegājiens, uzņēmuma tēlam. Pastāv vairāki faktori, kas veido produkta cenu:

- ražošanas izmaksas – nosaka cenas zemāko robežu, lai uzņēmums neciestu zaudējumus. Produktam jānosaka tāda cena, kas sedz ar to saistītos izdevumus un gūst peļņu no ieguldītā kapitāla;
- uzņēmuma mērķis – tas nozīmē, ka cenu ietekmē tas, kādu tīrgus pozīciju konkrētā brīdī grib ieņemt uzņēmums. Piemēram, jauns uzņēmums precei noteiks zemāku cenu, lai piesaistītu patērētāju interesi un varētu iepazīstināt ar savu produkciju, savukārt, labi zināmi ražotāji, kas ieguvī klientu uzticību, var atļauties noteikt precei lielāku uzcenojumu;
- stratēģija - uzņēmums sevi var pozicionēt kā ļoti augstas kvalitātes preču ražotāju, vai arī kā cenu līderi. Ja uzņēmums ražo unikālas preces, mazos apjomos, tā uzcenojums būs daudz lielāks, jo patērētāji maksās ne vien par pašu precī taustāmā veidā, bet arī statusu, ko tie iegūst, iegādājoties šāda veida preces. Cenu līderi, savukārt liek daudz mazāku uzcenojumu, bet tādā veidā panāk, ka preces tiks pirktas lielākos apjomos;
- pieprasījums – augstākā robeža tam, kādu cenu produktam var noteikt. Svarīgi ir saprast, vai produkts tiks pirktas arī tad, ja tiks paaugstināta cena vai, ja produktu ir iespējams aizvietot ar tādu pašu vai alternatīvu konkurentu piedāvātu produktu;

- iedzīvotāju pirktspēja kopumā.

Cenas kalkulācija ir ļoti sarežģīts process un ja cena tiek noteikta nepareizi, uzņēmums var ciest lielus zaudējumus, jo tieši cena bieži vien ietekmē patērētāja vēlmi un iespēju iegādāties konkrēto preci.

Salīdzinot SIA “Miesnieks” produkcijas cenas ar tā lielāko konkurentu Kurzemē produkcijas cenām, redzams, ka tās ir augstākas nekā SIA “Kurzemes gaļsaime” un līdzvērtīgas kā SIA “Talsu Gaļa Pluss”. Uzņēmums “Miesnieks” sevi pozicionē kā augstas kvalitātes produkcijas ražotāju no augstas kvalitātes izejvielām, kas attiecīgi nosaka cenu līmeni. “Kurzemes gaļsaime” var “atļauties” noteikt zemākas cenas, jo produkcija tiek ražota ne vien no Latvijā iegūtām, bet arī importētām izejvielām. (sk. 4. tabulu)

**4.tabula. Atsevišķu produktu cenu salīdzinājums “Miesnieks” un “Kurzemes Gaļsaime” veikalos. (Autore, 2017)**

<b>SIA Kurzemes gaļsaime</b>	<b>SIA Miesnieks</b>
Maltā cūkgaļa 3,89 EUR/kg	Maltā cūkgaļa 4,14 EUR/kg
Svaigas cūku aknas 1,10 EUR/kg	Svaigas cūku aknas 1,45 EUR/kg

Tomēr, bieži vien prakse parāda, ka lētākā prece, ne vienmēr ir labākā. Paaugstināts cenu līmenis “Miesnieks” produkcijai veidojas arī ražošanas izmaksu dēļ, ko var skaidrot ar daļēji nemodernizētām ražošanas iekārtām.

Vieta - produkta pieejamība pareizā vietā, pareizā laikā, pareizā daudzumā. Vieta norāda arī to, kur produkts ir izgatavots, kur uzglabāts un kā nonāk līdz patērētājam. Izplatīšanas sistēmas pamatā ir izplatīšanas kanāla izvēle – pa kādu ceļu produkts no ražotāja nonāks līdz patērētājam. Pastāv divi produkta izplatīšanas veidi – uzņēmums pats veido savu sadales kanālu vai arī izmanto starpnieku pakalpojumus. To ietekmē vairāki faktori – produkta veids, patērētāji, to atrašanās vieta, paradumi, u.c.

Uzņēmuma produkcija veikalos tiek izplatīta galvenokārt Ventspilī un Ventspils novadā – 3 firmas veikalos, “TOP” un “ELVI” veikalos. “Miesnieks” veikalu atrašanās vietas ir izvēlētas veiksmīgi, jo atrodas Ventspils pilsētas blīvāk apdzīvotajās teritorijās. Arī veikala Ventavā atrašanās vieta ir veiksmīgi izvēlēta, jo atrodas netālu no pagasta centra un ražotnes, kas nodrošina ātru produktu piegādi tirdzniecības vietā. Pārējā Kurzemes reģionā produkcija tiek pārdota tikai pēc pasūtījuma pašvaldības iestādēm, kas to realizē skolās un bērnudārzos, bet nav pieejama plašākam patērētāju lokam. Salīdzinoši ar lielākajiem konkurentiem, tirdzniecības vietu pieejamība tikai Ventspils novadā un tā veikalos ir trūkums. SIA “Kurzemes Gaļsaime” Latvija kopumā ir 47 firmas veikali, no kuriem Kurzemē atrodas 9, ka arī produkcija tiek izplatīta lielākajos tirdzniecības tīklos Latvijā – “Maxima”, “Rimi”, “ELVI”, “TOP”, “LATS” un

“Mego” veikalos. Savukārt SIA “Talsu Gaļa Plus” Kurzemē kopā ir 5 firmas veikali, bet produkcija tiek izplatīta tiešās pārdošanas ceļā visā Kurzemē.

Veicināšana jeb produkta virzība tirgū ir pasākumu kopums, kuru uzdevums ir informēt tirgu par produktu un veicināt, lai patērētājs izvēlētos tieši šo produktu.

Uzņēmuma realizācijas daļā Ventavā rīta cēliens sākas 7.00 no rīta. Tiek sadalīta produkcija priekš veikaliem, sakrauta automašīnā un piegādāta uz veikaliem. Realizācijas daļā, tiek pieņemti pasūtījumi no veikaliem un ēdināšanas uzņēmumiem, lai varētu saplānot ražošanas apjomus.. Visa produkcija tiek ražota pēc pieprasījuma. Pasūtījumi jānodod noteiktās dienās līdz noteiktam pulksteņa laikam. Attālākos veikalus apmeklē uzņēmuma tirdzniecības aģenti, kas kontrolē preču sortimentu veikalos, pieņem pasūtījumus un izzina, kurā novadā kāda produkcija ir vispieprasītākā. Vietējā Ventavas veikalā un abos firmas Ventspils veikalos produkcija tiek piegādāta katru dienu. Pārējiem klientiem - Kuldīgā, Skrundā, Talsos un Rīgā piegādes notiek pēc grafika – noteiktās nedēļas dienās. Mūsdienās ļoti būtiska produktu virzīšanai pie patērētāja ir reklāma internetā. Salīdzinot SIA “Miesnieks” un abu lielāko konkurentu mājas lapas, tiek secināts, ka vispieprasītākais šajā jomā ir “Kurzemes Gaļsaime”, kam ir ļoti labi izstrādāta mājas lapa, pretēji “Miesniekam” un SIA “Talsu Gaļa Plus”.

Konkurences vides analīzei Maikls Porters ir izveidojis struktūru – piecu spēku modeli, kas ietver piecus būtiskus konkurētspējas spēkus:

- Konkurentu ienākšana – uzņēmumiem jāizvērtē jaunienācēju spējas uzsākot darbību, kā arī strukturālās barjeras, kas tiem jāpārvar. Mūsdienu konkurences apstākļos SIA “Miesnieks” ir svarīgi izvērtēt katru jauno un esošo konkurentu nozarē;
- Aizvietotāju draudi – jāizvērtē jaunu produktu spēju aizvietot esošos. Kurzemē ir pietiekoši daudz mazo uzņēmumu, kas darbojas gaļas pārstrādes nozarē, tomēr tie nav spējīgi savu produkciju piedāvāt vairumā, tādēļ nerada draudus “Miesnieks” darbībai;
- Pircēju iespējas diktēt savus noteikumus. Ventspils un Ventspils novada iedzīvotāji, kā arī pašvaldību sadarbības partneri ir pārliecinājušies par produkcijas augsto kvalitāti un lielākā daļa no tiem gadu laikā kļuvuši lojāli uzņēmumam;
- Piegādātāju iespējas diktēt savus noteikumus. SIA “Miesnieks” ir senākais no gaļas pārstrādes uzņēmumiem Latvijā. Uzņēmuma darbības laikā, tam ir izveidojusies veiksmīga un ilgstoša sadarbība ar piegādātājiem. Ar katru no piegādātājiem ir noslēgti sadarbības līgumi, kuros ir ietverti īpaši izstrādāti un atrunāti izdevīgi nosacījumi gan “Miesniekam”, gan piegādātājiem, tādēļ jaunu piegādātāju ienākšana tirgū nerada draudus esošajiem.
- Sāncensība konkurentu vidū. Kā jau iepriekš minēts SIA “Miesnieks” lielākie konkurenti Kurzemē ir SIA “Kurzemes gaļsaime” un SIA “Talsu Gaļa Plus”. Ja salīdzinām

uzņēmumus pēc nodokļu nomaksas par 2016.gadu (sk. 5.tabula) redzams, ka SIA “Miesnieks” ir otrs lielākais gaļas pārstrādes uzņēmums Kurzēmē.

**5. tabula. Nodokļu maksājumi valsts kopbudžetā 2016.gadā. (Autore, 2017, <https://company.lursoft.lv/>)**

Nodokļu maksājumi 2016.gadā	SIA Kurzemes gaļsamnieks	SIA Talsu Gaļa Pluss	SIA Miesnieks
Kopējie maksājumi valsts kopbudžetā	3065,55	70,75	359,62
Iedzīvotāju ienākuma nodoklis	219,65	24,85	68,43
Valsts sociālās apdrošināšanas iemaksas	526,48	39,97	149,44

Pēc tabulā sniegtajiem datiem redzams, ka ar lielu pārsvaru vislielākais nodokļu maksātājs ir SIA “Kurzemes Gaļsamnieks”, kurš kopējos nodokļu maksājumos valsts kopbudžetā iemaksājis aptuveni 8,5 reizes apjomīgāku summu nekā SIA “Miesnieks” un 43,35 reizes lielāku summu nekā SIA “Talsu Gaļa Pluss”.

## 2.6. SVID analīze

SVID analīze ir vienkāršā, analītiska sistēma, kas izvērtē, ko uzņēmums drīkst darīt un ko ne. SVID analīze sastāv no stiprajām pusēm, vājām pusēm, iespējām un draudiem. Stiprās un vājās puses, ir iekšējie faktori. Iespējas un draudi ir ārējie faktori. Bieži vien uzņēmumi veic SVID analīzi ne tikai viņu produktam, bet arī konkurentu produktiem, jo šis rīks ļoti grafiski sistematizē visu informāciju par jebkuras organizācijas iekšējo un ārējo vidi. Šīs analīzes priekšrocības ir tādas, ka tas ļauj viegli aplūkot uzņēmuma, produkta vai pakalpojuma stāvokli nozarē un tāpēc ir vispopulārākais instruments riska pārvaldības un vadības lēmumu pieņemšanā. Tās mērķis ir palīdzēt izveidot spēcīgu biznesa stratēģiju, pārliecinoties, ka uzņēmuma vadība ir izskatījusi savas priekšrocības un trūkumus, ka arī iespējas un draudus, ar ko nākas saskarties tirgū. Analīzes rezultāts ir darbības plāns, kurā norādīts īstenošanas laiks, īstenošanas prioritāte un nepieciešamie resursi ieviešanai.

Stiprās puses apraksta, kādas ir uzņēmuma priekšrocības salīdzinot ar citiem uzņēmumiem. Tās var būt prasmes, resursi, labvēlīgi faktori un situācija uzņēmuma iekšienē, kas palīdz sasniegt mērķus. Uzņēmuma stiprās vērtības stratēģiskajā plānošanā:

- Stipro pušu dēļ uzņēmums var palielināt pārdošanas apjomus, peļņu un tirgus daļu;
- Tās nodrošina produkta vai pakalpojuma uzvarētāju pozīciju salīdzinājumā ar konkurentiem.

- Stiprās puses pastāvīgi jāuzlabo un jāizmanto saziņā ar tirgus patērētāju.

Vājās puses ir tās jomas, kuras uzņēmuma ir jāuzlabo, lai saglabātu konkurētspēju - ierobežojumi, negatīvi faktori un situācija uzņēmuma iekšienē, kas kavē komercdarbības attīstību, kavē preču vadīšanu tirgū. Uzņēmuma vājo pušu nozīme stratēģiskajā plānošanā:

- uzņēmuma vājās vietas kavē pārdošanas un peļņas pieaugumu, pavelciet uzņēmumu atpakaļ;
- Sakarā ar trūkumiem uzņēmums var zaudēt tirgus daļu ilgtermiņā un zaudēt konkurētspēju.

Būtiski ir izsekot jomām, kurās uzņēmums nav pietiekami spēcīgs, tā uzlabot, izstrādāt īpašas programmas, lai samazinātu uzņēmuma efektivitātes trūkumu, ietekmi uz riskus.

Uzņēmuma iespējas ir labvēlīgi vides faktori, kas nākotnē var ietekmēt biznesa izaugsmi. Uzņēmuma tirgus iespēju nozīme stratēģiskajā plānošanā - tirgus iespējas personificē komercdarbības izaugsmes avotus. Iespējām ir nepieciešams analizēt, novērtēt un izstrādāt rīcības plānu to izmantošanai, iesaistot uzņēmuma stiprās puses.

Uzņēmuma draudi ir negatīvi ārējās vides faktori, kas nākotnē var vājināt uzņēmuma konkurētspēju tirgū un izraisīt pārdošanas un tirgus daļas zaudējumu samazināšanos. Uzņēmuma tirgus draudu nozīmība stratēģiskajā plānošanā:

- draudi nozīmē uzņēmuma iespējamus riskus nākotnē;
- Katrs drauds ir jānovērtē, ņemot vērā iespējamību, ka tas notiks īstermiņā, kā arī ņemot vērā uzņēmuma iespējamus zaudējumus.

Lai mazinātu riskus, katram draudam vajadzētu ierosināt iespējamus risinājumus.

Uzņēmuma draudi ir negatīvi ārējās vides faktori, kas nākotnē var vājināt uzņēmuma konkurētspēju tirgū un izraisīt pārdošanas un tirgus daļas zaudējumu samazināšanos. Uzņēmuma tirgus draudu nozīmība stratēģiskajā plānošanā: draudi nozīmē uzņēmuma iespējamus riskus nākotnē. Katrs drauds ir jānovērtē, ņemot vērā iespējamību, ka tas notiks īstermiņā, ņemot vērā uzņēmuma iespējamus zaudējumus. Pretēji katram draudam būtu jāierosina risinājumi, lai tos mazinātu. (Метод SWOT анализа в стратегическом управлении <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/swot/>)

Uzņēmuma SVID analīze (Sk. 6. tabulu).

4. tabula. SIA “Miesnieks” SVID analīze. (Autore, 2017)

Stiprās puses	Vājās puses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senākais gaļas pārstrādes uzņēmums Latvijā;</li> <li>• Produkcija tiek ražota no Latvijā audzētām cūkām;</li> <li>• “Zaļā karotīte”</li> <li>• Nav starpnieku;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salīdzinoši augstas produkcijas cenas;</li> <li>• “Miesnieks” veikali tikai Ventspils novadā;</li> <li>• Vāja reklāma, slikti izstrādāta mājas lapa internetā;</li> <li>• Novecojušas iekārtas;</li> </ul>
Iespējas	Draudi
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sortimentu paplašināšana;</li> <li>• Esošo tirdzniecības vietu rekonstrukcija;</li> <li>• Paplašināšanās ārpus Ventspils novada;</li> <li>• Jaunu klientu piesaiste;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valsts likumdošana;</li> <li>• Esošu konkurentu ietekme un jaunu konkurentu ienākšana tirgū;</li> <li>• Iedzīvotāju pirktspējas samazināšanās;</li> <li>• Demogrāfiskās izmaiņas valstī;</li> </ul>

SIA “Miesnieks” galvenā priekšrocība ir izejvielas – produkcija tiek ražota tikai no Latvijā audzētām cūkām, kas nodrošina augstu produkta kvalitāti. “Latvijas cūkgaļa ir veselīgāka, jo Latvijā netiek veikta kuilīšu imūnkastrācija jeb medikamentozā kastrācija, ko daudzviet piekopj Eiropas Savienībā. Lai arī Eiropas Savienībā šāda imūnkastrēšana ir atļauta, taču gan nozares eksperti, gan veterinārārsti izsaka bažas par šādas gaļas ietekmi uz patērētāju veselību. Imūnkastrēšana nozīmē divas hormonālās potes kuilim, kas iznīcina kuīļa gaļas specifisko smaku un spēju tam radīt pēcnācējus. Turklāt otro poti kuilim izdara īsu brīdi pirms nobarotās cūkas realizācijas gaļai.” (Latvijas cūku karte 12, 21, 2015, <http://neogeo.lv/?p=21549>)

Vel viena no uzņēmuma priekšrocībām ir iegūtā “Zaļās karotītes” zīme gaļas produktu grupai “Lācēns”. ““Zaļo karotīti” piešķir produktiem, kuri atbilst paaugstinātas kvalitātes kritērijiem un 75% no produktu ražošanā izmantotajām izejvielām iegūtas vienā Eiropas Savienības dalībvalstī vai reģionā, kas shēmas norādē minēta kā izcelsmes valsts vai reģions, piemēram, Latvija.” (<http://www.karotite.lv/par-karotiti>) Savas darbības laikā SIA “Miesnieks” ir ieguvis lojālus klientus un sadarbības partnerus gan Ventspils novadā, gan ārpus tā.

SIA “Miesnieks” lielākais trūkums ir salīdzinoši augstas produkcijas cenas pret konkurentiem, kas veidojas, jo ražošanā netiek izmantota importēta cūkgaļa. Ne mazāk svarīgs uzņēmuma trūkums ir produkcijas tirdzniecības vietas – “Miesnieks” veikali. Pirmkārt, veikali atrodas tikai Ventspilī un Ventspils novadā. Otrkārt, iekārtas ir novecojušas un veikalu tēls ir vizuāli nepievilcīgs. Uzņēmumam ir ļoti vāja reklāma un izstrādāta mājas lapa internetā – potenciālie klienti nevar iegūt informāciju par jauniem produktiem.

Balstoties uz uzņēmuma darbības stiprajām un vājajām pusēm, uzņēmuma ir iespējas ir paplašināšanās ārpus Ventspils novada, t.i., jaunu tirdzniecības vietu atvēršana citos novados

Kurzemes reģionā. Vēl viena no iespējām ir esošajām tirdzniecības vietām veikt rekonstrukciju, lai tās kļūtu pievilcīgākas un “ērtākas” kā patērētājiem, tā darbiniekiem. SIA “Miesnieks” izstrādā arvien jaunus produktus, kas aizstāj “vecos” vai paplašina esošo sortimentu. Turpinot paplašināt produkciju ar jauniem produktiem un apvienojot ar citām uzņēmuma iespējām, pastāv iespēja piesaistīt SIA Miesnieks” jaunus klientus – gan fiziskas, gan juridiskas personas.

Kā draudi uzņēmuma darbībai uzskatāmas izmaiņas valsts likumdošanā, nosakot noteiktus uzņēmumu darbības ierobežojumus, lai tie īstenotu sabiedrības intereses. Valsts ekonomiskais stāvoklis var ietekmēt uzņēmuma darbību ar inflāciju, bezdarbu, iedzīvotāju maksātspēju un pirktspēju. Iedzīvotāju pirktspējas samazināšanās draudi ir ļoti aktuāli, jo SIA “Miesnieks” produkcijas cenas ir salīdzinoši augstas. Nopietns drauds ir arī demogrāfiskais stāvoklis. Arvien vairāk iedzīvotāji pamet valsti, lai dotos lielāka darba atalgojuma meklējumos ārzemēs. Arī konkurenti rada draudus – galvenokārt, zemākas konkurentu produkcijas cenas, neatkarīgi no produkcijas kvalitātes. Lai gan vidējais ienākumu līmenis 2016.gadā sasniedza 859 eiro mēnesī pirms nodokļiem (<http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/darba-samaksa-galvenieraditaji-30270.html>), autore uzskata tas neatspoguļo patieso iedzīvotāju pirktspēju, jo šogad pirmajā ceturksnī Latvijā pamata darbavietā neto darba algu (pēc nodokļu samaksas) līdz 450 eiro mēnesī saņēma 41,9% darba ņēmēju, tostarp 21,4% darba ņēmēju 2017.gada pirmajā ceturksnī saņēma minimālo darba algu vai mazāk. (Ziņu aģentūra LETA, 22,05,2017, <http://nra.lv/ekonomika/latvija/210516-algu-lidz-450-eiro-uz-rokas-sanem-42-latvijas-iedzivotaju.htm>)

## 2.7. Finanšu analīze

Katra uzņēmuma darbības novērtēšanā būtiska loma ir finanšu analīzei. “Analīzes mērķis ir novērtēt uzņēmuma finansiālo stāvokli, identificējot faktorus, kas veicinājuši uzņēmuma finansiālā stāvokļa pārmaiņas, sagatavot priekšlikumus, sagatavot priekšlikumus optimālai vadības lēmumu pieņemšanai un tā finanšu stāvokļa uzlabošanai.” (Krogzeme, 54, 2013) Uzņēmuma finanšu analīze risina šādus uzdevumus:

- Vērtē uzņēmuma ražošanas un finanšu resursu izmantošanas efektivitāti;
- Nosaka notikušās finanšu stāvokļa izmaiņas un izvērtē to raksturu, salīdzinot ar iepriekšējo pārskata periodu datiem;

- Identificē finanšu stāvokļa izmaiņu veicinošos faktoros;
- Prognozē finanšu stāvokļa nākotnes tendences un sagatavo priekšlikumus tā uzlabošanai;
- Prognozē uzņēmuma “izdzīvošanas” iespējas konkurences cīņā un pieņem attiecīgai situācijai atbilstošu vadības lēmumus.

Veicot finanšu analīzi galvenokārt tiek izmantoti šādi pārskati – bilance, peļņas vai zaudējumu pārskats, naudas plūsmas pārskats. Uzņēmuma finanšu pārskatu analīzes rādītājus iedala absolūtajos rādītājos un relatīvajos rādītājos jeb finanšu koeficientos. Pētot finansiālo stāvokli no absolūtajiem rādītājiem visbiežāk izmanto tādus rādītājus kā – uzņēmuma tīrie aktīvi, neto apgrozījums par noteiktu periodu, peļņa pirms un pēc nodokļu nomaksas, naudas plūsma un naudas atlikums, pamatkapitāls, uzkrājumi un kreditori. Finanšu koeficientu analīze nodrošina iespēju iegūt nepieciešamo informāciju uzņēmuma saimnieciskās darbības novērtēšanai, secinājumu veikšanai un rekomendāciju izstrādāšanai. Klasiskajā analīzē izmantojamos relatīvos rādītājus jeb finanšu koeficientus iedala grupās – likviditātes, aktivitātes, kapitāla struktūras, rentabilitātes un maksātspējas.

Likviditāte ir jāsaprot kā reāla aktīva spēja kļūt par maksāšanas līdzekli. (Krogzeme 68, 2013)

Likviditātes analīze norāda uz uzņēmuma spēju nomaksāt nepieciešamos rēķinus, atmaksāt savus pašreizējos parādus jeb īstermiņa saistības ar īstermiņa aktīviem. Jebkura aktīva veida likviditāti raksturo konkrētā aktīva reālā iespēja izmantot to kā maksāšanas līdzekli, laiks, kādā to iespējams pārvērst par maksāšanas līdzekli – naudu, kā arī konkrētā aktīva spēja saglabāt savu nominālo vērtību. Likviditātes noteikšanai izmanto šādus rādītājus (dati aprēķiniem ņemti no SIA “Miesnieks” bilancēm un peļņas un zaudējumu aprēķiniem (skat. pielikumi 1.-6.):

- Kopējā likviditāte – tā parāda uzņēmuma spēju dzēst savas īstermiņa saistības ar tā rīcībā esošiem apgrozāmajiem līdzekļiem. Ja apgrozāmo līdzekļu vērtība ir augstāka nekā īstermiņa saistību vērtība jeb lielāka par vērtību - 1, tas liecina, ka uzņēmumam ir rezerves saistību dzēšanai. Tomēr ja koeficienta vērtība ir pārāk augsta, tas var liecināt par uzņēmuma līdzekļu neracionālu izmantošanu. Savukārt, ja koeficients ir zemāks par 1, tas norāda, ka uzņēmumam var būt problēmas ar īstermiņa saistību segšanu. Koeficients tiek aprēķināts pēc formulas (skat. 1. formulu):  
(<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{b}{c}, \quad (1)$$

kur  $a$  – kopējā likviditāte, koeficients;

$b$  – apgrozāmie līdzekļi, summa EUR;

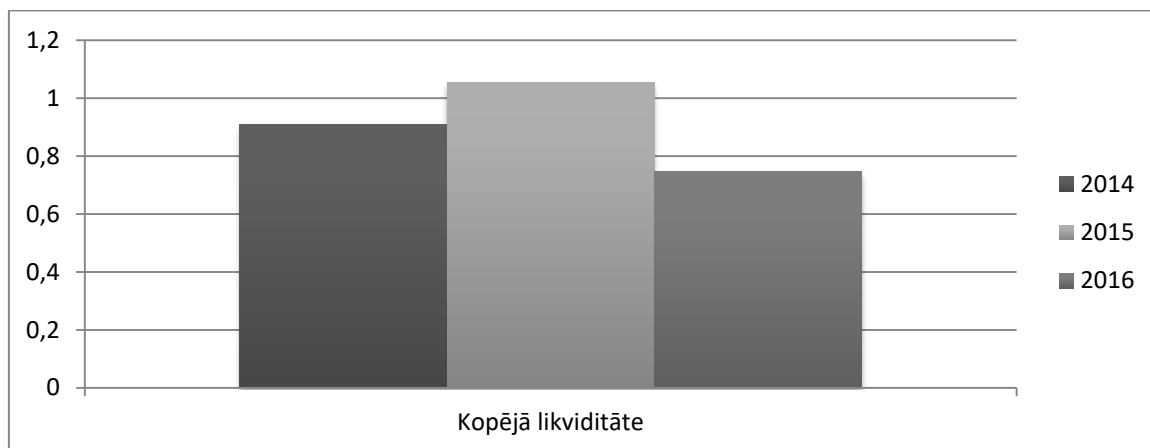
$c$  – īstermiņa parādi, summa EUR;

SIA "Miesnieks" kopējā likviditāte (Sk.8. attēlu):

$$a_{2014} = \frac{207551}{228331} = 0,909$$

$$a_{2015} = \frac{240791}{228736} = 1,053$$

$$a_{2016} = \frac{236513}{317404} = 0,745$$



**6. attēls. SIA "Miesnieks" kopējā likviditāte 3 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA "Miesnieks" nepublicētie materiāli)**

Pēc tabulā redzamajiem datiem un aprēķiniem, redzams, ka uzņēmums robežu – 1 sasniedzis tikai 2015.gadā. 2016.gadā kopējās likviditātes rādītājs bijis viszemākais – 0,745. Tātad uzņēmumam var rasties problēmas īstermiņa saistību segšanā.

- Starpseguma likviditāte - parāda uzņēmuma spēju dzēst īstermiņa parādus ar apgrozāmiem līdzekļiem, kuru apjoms samazināts par krājumu vērtību, jo krājumus ne vienmēr viegli iespējams pārvērst naudas līdzekļos (Skat. 2. formulu). Optimāla koeficienta norma ir 0,7-0,8. Zemāka vērtība liecina, ka pārāk daudz līdzekļu ir ieguldīts krājumos. (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{(b-c)}{d}, \quad (2)$$

kur  $a$  – starpseguma likviditāte, koeficients;

$b$  – apgrozāmie līdzekļi, summa EUR;

$c$  – krājumi, summa EUR;

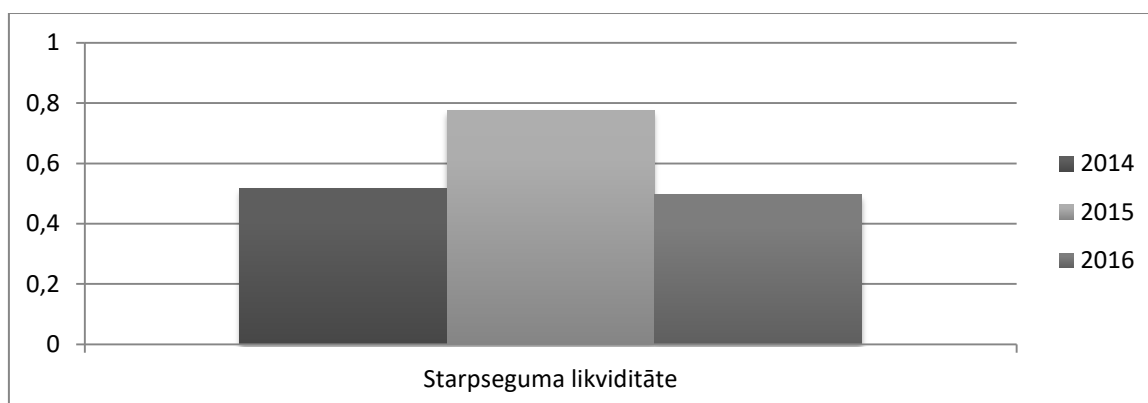
$d$  – īstermiņa saistības, summa EUR.

SIA "Miesnieks" starpseguma likviditāte (Sk. 9.attēlu):

$$a_{2014} = \frac{(207551 - 89752)}{228331} = 0,516$$

$$a_{2015} = \frac{(240791 - 63253)}{228736} = 0,776$$

$$a_{2016} = \frac{(236513 - 79098)}{317404} = 0,496$$



**7. attēls. SIA "Miesnieks" starpseguma likviditāte 3 gadu griezumā.**

*(Autore, 2017, SIA "Miesnieks" nepublicētie materiāli)*

Aprēķini un dati tabulā parāda, ka SIA "Miesnieks" pārāk daudz līdzekļu uzņēmums ieguldījis krājumos. 2015.gads bijis trīs gadu griezumā bijis vienīgais, kad rādītājs iekļāvies normas robežās.

- Absolūtā likviditāte - parāda kādu daļu no īstermiņa saistībām uzņēmums ir spējīgs dzēst ar tā rīcībā esošiem maksāšanas līdzekļiem nekavējoties (Skat. 3. formulu). Optimālā koeficienta vērtība ir 0,2 – 0,25. Jo augstāks koeficients, jo uzņēmuma spēja apmaksāt īstermiņa saistības noteiktos termiņos ir lielāka. (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{(b+c)}{d}, \quad (3)$$

kur  $a$  – absolūtā likviditāte, koeficients;

$b$  – nauda, summa EUR;

$c$  – vērtspapīri, summa EUR;

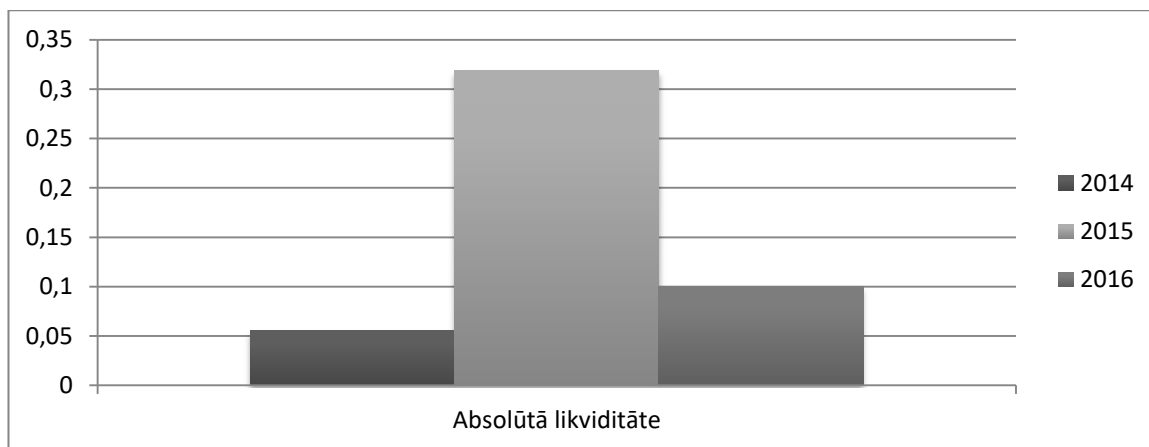
$d$  – īstermiņa saistības, summa EUR.

SIA "Miesnieks" absolūtā likviditāte (Sk. 10.attēlu):

$$a_{2014} = \frac{(12637 + 0)}{228331} = 0,0553$$

$$a_{2015} = \frac{(73009 + 0)}{228736} = 0,319$$

$$a_{2016} = \frac{(31628 + 0)}{317404} = 0,100$$



**8. attēls. SIA “Miesnieks” absolūtā likviditāte 3 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” npublicētie materiāli)**

Absolūtās likviditātes koeficienti parāda, ka SIA “Miesnieks” iespējas apmaksāt parādu savlaicīgi ir bijušas tikai 2015.gadā. 2014. un 2016. šis koeficients ir bijis krietni zem noteiktās robežas, kas liecina – uzņēmums nav spējīgs nomaksāt parādus noteiktajos termiņos. Pēc autores domām 2015.gada rādītājus

Aktivitātes rādītāji atspoguļo to, cik efektīvi uzņēmums izmanto tam esošos resursus. Analizējot aktivitātes rādītājus, galvenā vērība jāpievērš apgrozāmo līdzekļu aprites ātrumam.

- Apgrozāmo līdzekļu kustība – parāda, vai uzņēmumam ir pietiekošs daudzums apgrozāmo līdzekļu un to izmantošanas racionalitāti (Skat. 4. formulu). (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{b}{c}, \quad (4)$$

kur  $a$  – apgrozāmo līdzekļu kustība, koeficients;

$b$  – neto apgrozījums, summa EUR;

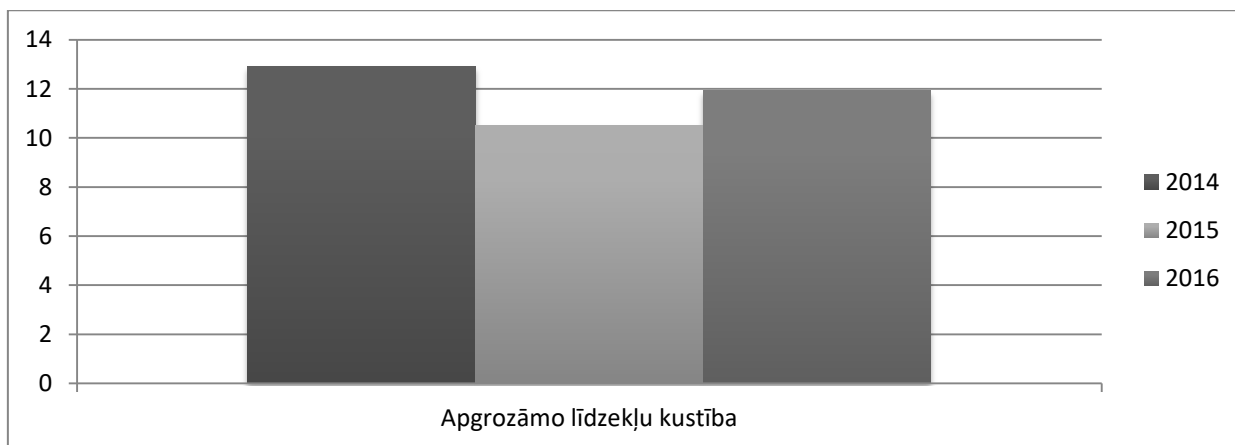
$c$  – apgrozāmie līdzekļi, summa EUR;

SIA “Miesnieks” apgrozāmo līdzekļu kustība (Sk. 11. attēlu):

$$a_{2014} = \frac{2679794}{207551} = 12,911$$

$$a_{2015} = \frac{2531164}{240791} = 10,512$$

$$a_{2016} = \frac{2824291}{236513} = 11,941$$



**11. attēls. SIA “Miesnieks” aprozāmo līdzekļu kustība 3 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” npublicētie materiāli)**

SIA “Miesnieks” aprozāmo līdzekļu koeficientam ir tendence samazināties, tomēr tas ir pārāk augsts, tātad uzņēmumam ir nepietiekams daudzums aprozāmo līdzekļu daudzums.

- Kopējais aktīvu aprozājums – norāda, vai uzņēmumā ieguldītas pietiekami daudz investīcijas (Skat. 5. formulu). Zems koeficients norāda, ka tās bijušas pārāk lielas, savukārt pārāk augsts, ka nepieciešamas papildu investīcijas. (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{b}{c}, \quad (5)$$

kur  $a$  – kopējais aktīvu aprozājums, koeficients;

$b$  – neto aprozājums, summa EUR;

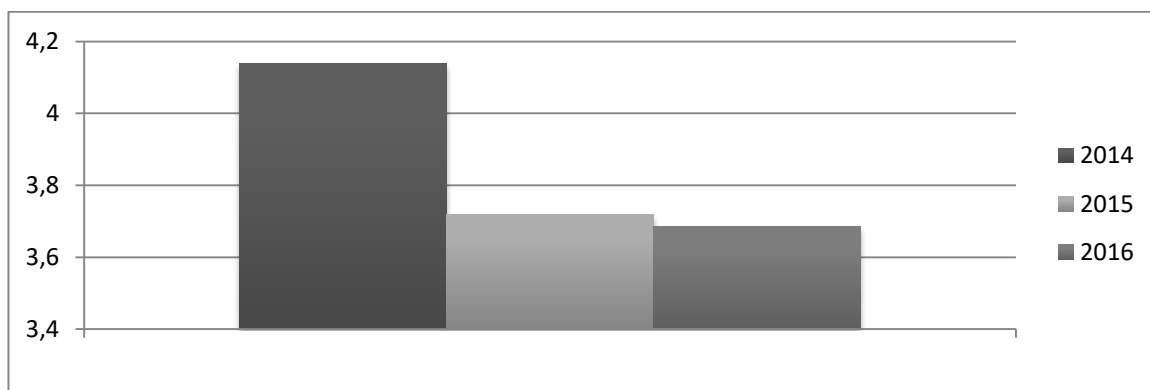
$c$  – kopējie aktīvi, summa EUR;

SIA “Miesnieks” kopējais aktīvu aprozājums (Sk. 12.attēlu) :

$$a_{2014} = \frac{2679794}{647547} = 4,138$$

$$a_{2015} = \frac{2531164}{680548} = 3,719$$

$$a_{2016} = \frac{2824291}{765482} = 3,686$$



**12. attēls. SIA “Miesnieks” kopējais aktīvu aprozājums. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” npublicētie materiāli)**

Uzņēmumam nepieciešams veikt papildu ieguldījumus aktīvos, lai tas spētu izturēt konkurenci.

- Pircēju un pasūtītāju debeta apgrozījums - parāda, cik reizes gada laikā debitoru parādi tiek pārvērsti par naudas līdzekļiem (Skat. 6. formulu). Nav iespējams noteikt optimālu šī rādītāja lielumu, jo tas ļoti lielā mērā ir atkarīgs no nozares, kādā uzņēmums strādā. (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{b}{c}, \quad (6)$$

kur  $a$  – pircēju un pasūtītāju debeta apgrozījums, reizes;

$b$  – neto apgrozījums, summa EUR;

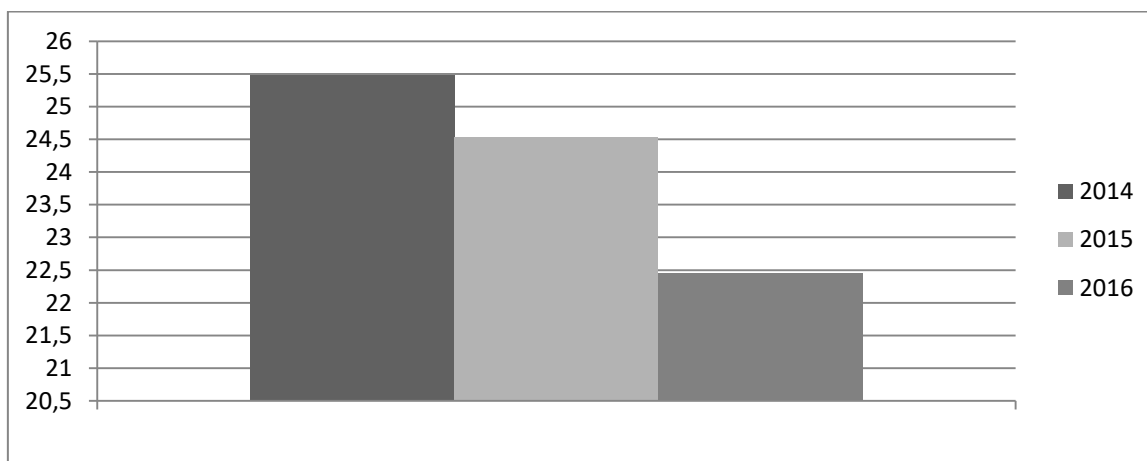
$c$  – debitori kopā, summa EUR;

SIA “Miesnieks” pircēju un pasūtītāju debeta apgrozījums (Sk. 13.attēlu):

$$a \text{ 2014} = \frac{2679794}{105162} = 25,482$$

$$a \text{ 2015} = \frac{2531164}{104529} = 24,529$$

$$a \text{ 2016} = \frac{2824291}{765482} = 22,452$$



**13. attēls. Pircēju un pasūtītāju debeta apgrozījums. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” nepublicētie materiāli)**

Pēc aprēķiniem redzams, ka SIA “Miesnieks” debitoru parādi par naudas līdzekļiem tiek pārvērsti aptuveni 2 reizes mēnesī.

- Vidējais iekasēšanas periods dienās - šis rādītājs parāda laiku, kas nepieciešams apmaksas saņemšanai no preces vai pakalpojuma pārdošanas brīža (Skat. 7. formulu). Tas noteiks vai uzņēmumam ir pietiekami labi izstrādātas iekasēšanas procedūras. (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{365}{b}, \quad (7)$$

kur  $a$  – vidējais iekasēšanas periods dienās, dienu skaits;

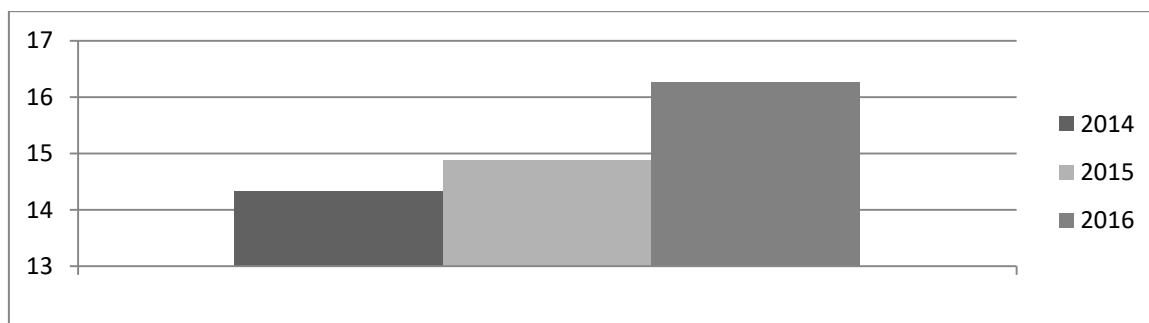
$b$  – pircēju un pasūtītāju debeta apgrozījums, reizes;

SIA "Miesnieks" vidējais iekasēšanas periods (Sk. 14.attēlu):

$$a_{2014} = \frac{365}{25,482} = 14,324$$

$$a_{2015} = \frac{365}{24,529} = 14,880$$

$$a_{2016} = \frac{365}{22,452} = 16,257$$



**14. attēls. SIA "Miesnieks" vidējais iekasēšanas periods dienās 3 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA "Miesnieks" nepublicētie materiāli)**

Uzņēmuma vidējais iekasēšanas periods pieaug, kas nozīmē, ka apmaksā tiek saņemta aptuveni pēc 15 dienām jeb 2,1 nedēļām. Pēc autores domām, debitoru parādu apmaksas un vidējais iekasēšanas periods ir krietni par ilgu uzņēmumam "Miesnieks". Ja uzņēmums panāktu šo rādītāju samazināšanos, uzņēmumam būtu vairāk brīvo līdzekļu. Tas palīdzētu uzņēmumam laicīgāk segt savas saistības ar kreditoriem, t.i. ja debitoru apritē būtu mazāks dienu skaits, tad sanāktu, ka uzņēmums sākumā iekasē naudu no saviem debitoriem, un tad apmaksā pats savus parādus kreditoriem.

Maksātspējas koeficienti apskata uzņēmuma kapitāla struktūru un indicē cik lielas papildus saistības uzņēmums ir spējīgs uzņemt. Ja uzņēmumam regulāri pietrūkst naudas līdzekļu, lai dzēstu saistības ar kreditoriem, rodas maksātnespējas draudi, kas var novest pie bankrota.

- Finanšu līdzsvara koeficients - parāda uzņēmumu īpašnieku ieguldītas naudas īpatsvaru uzņēmuma aktīvos (Skat. 8.formulu). Jo lielāks pašu kapitāla īpatsvars, jo stabilāka ir uzņēmuma finansu struktūra, attiecīgi kreditori labprātāk kreditē uzņēmumu un paveras iespēja piekļūt lētākiem un lielākiem finansu resursiem. Pārāk augsts rādītājs norāda, ka uzņēmumam ir jāsamazina parādu apjoms. Zems koeficients liecina par to, ka uzņēmumam nepieciešami papildus līdzekļi, lai uzlabotu savu ienesīgumu. (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{b}{c}, \quad (8)$$

kur  $a$  – finanšu līdzsvara koeficients, koeficients;

$b$  – kopējie aktīvi, summa EUR;

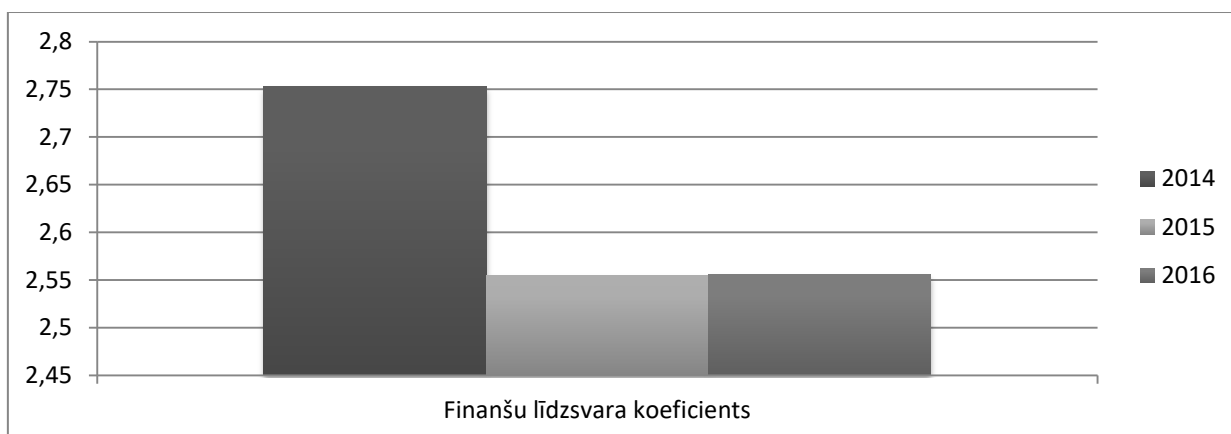
c – pašu kapitāls, summa EUR;

SIA “Miesnieks” finanšu līdzsvara koeficienti (Sk. 15. attēlu):

$$a_{2014} = \frac{647547}{235239} = 2,753$$

$$a_{2015} = \frac{680548}{266353} = 2,555$$

$$a_{2016} = \frac{765482}{299436} = 2,556$$



**15. attēls. SIA “Miesnieks” finanšu līdzsvara koeficienti 3 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” nepublicētie materiāli)**

Finanšu līdzsvara koeficients parāda, ka SIA “Miesnieks” jāsamazina saistību apjoma ar kreditoriem, kā arī jāiegulda papildu līdzekļi ienesīguma veicināšanai.

- Saistību attiecība pret pašu kapitālu - raksturo, cik lielā mērā uzņēmums ir atkarīgs no aizņemta kapitāla (Skat. 9.formulu). Augsts rādītājs norāda uz to, ka uzņēmums ir lielā mērā atkarīgs no aizņemtā kapitāla un tas var radīt papildu izmaksas. Zems koeficients liecina par to, ka uzņēmumam nepieciešams ieguldīt ienesīguma palielināšanā. (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{b}{c}, \quad (9)$$

kur  $a$  – saistību attiecība pret pašu kapitālu, koeficients;

$b$  – kreditori, summa EUR;

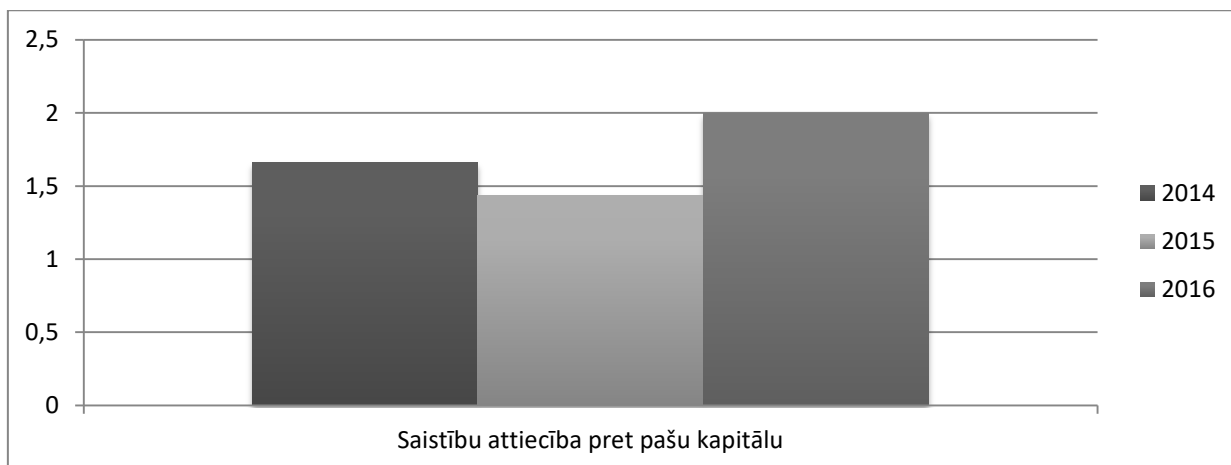
$c$  – pašu kapitāls, summa EUR;

SIA “Miesnieks” saistību attiecība pret pašu kapitālu (Sk. 16. attēlu):

$$a_{2014} = \frac{390936}{235239} = 1,662$$

$$a_{2015} = \frac{382267}{266353} = 1,435$$

$$a_{2016} = \frac{466046}{299436} = 1,556$$



**16. attēls. SIA “Miesnieks” saistību attiecība pret pašu kapitālu 3 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” npublicētie materiāli)**

SIA “Miesnieks” ir atkarīgs no kreditoriem un aizņemtā kapitāla, tomēr uzņēmums ar kreditoru palīdzību investē attīstībā, kas ilgtermiņā ļaus segt saistības un nest uzņēmumam papildu peļņu.

- Saistību īpatsvars bilancē - parāda aizņemto līdzekļu īpatsvaru kopējā kapitālā (Skat. 10.formulu). Vēlams iespējami zemāks saistību īpatsvars. Augsts saistību īpatsvars bilancē norāda, ka par aizņēmumiem jāmaksā liela procentu summa un uzņēmums var zaudēt iespēju saņemt papildu aizdevumus. Rādītāja norma ir 0 – 0,5. (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{b}{c}, \quad (10)$$

kur  $a$  – saistību īpatsvars bilancē, koeficients;

$b$  – kopējās saistības, summa EUR;

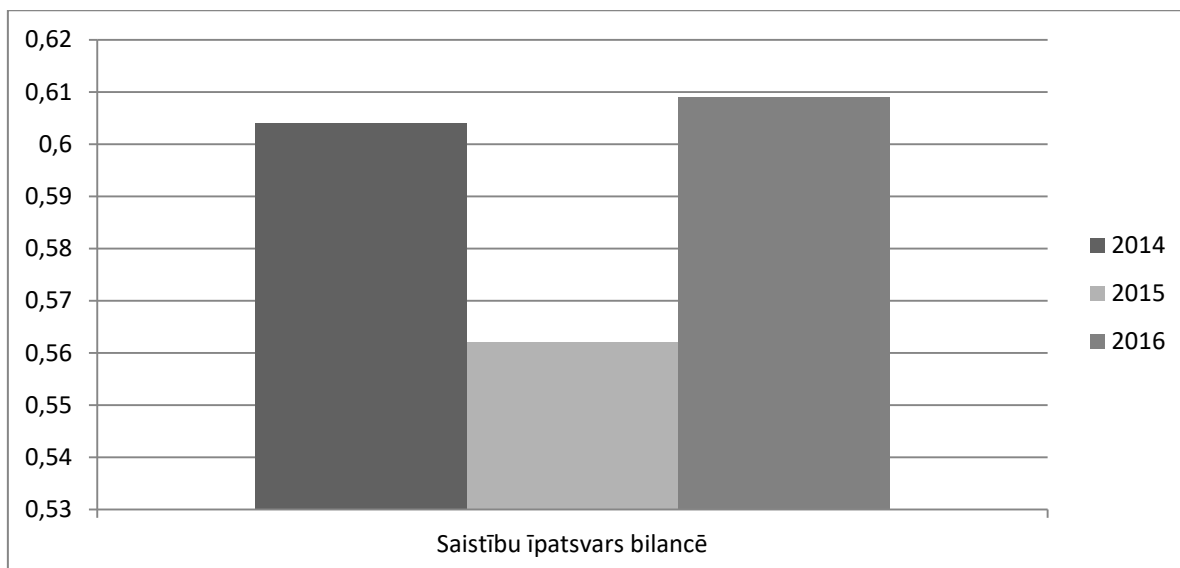
$c$  – aktīvi, summa EUR;

SIA “Miesnieks” saistību īpatsvars bilancē (Sk. 17.attēlu):

$$a_{2014} = \frac{390936}{647547} = 0,604$$

$$a_{2015} = \frac{382267}{680548} = 0,562$$

$$a_{2016} = \frac{466046}{765482} = 0,609$$



**17. attēls. SIA “Miesnieks” saistību īpatsvars bilancē 3 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” nepublicētie materiāli)**

Uzņēmumam “Miesnieks” šis koeficients ir augstāks par noteikto normu, tādēļ tas samazina iespēju uzņēmumam saņemt papildu aizdevumus. Šobrīd uzņēmums sedz saistības, kas radušās ieguldot attīstībā un ilgtermiņā nesīs papildu peļņu, tādēļ uzņēmumam papildu aizņēmumi nav nepieciešami.

Rentabilitāte norāda uz uzņēmuma spēju veikt ienesīgu saimniecisko darbību. Analīzes dati ļauj vērot vai arī projicēt nākotnes ieceres par to, cik uzņēmums pelna vai pelnīs uz katru savu ieguldīto naudas vienību. Šie dati atspoguļo uzņēmuma panākumus peļņas gūšanā, kas savukārt norāda uz ieguldītā kapitāla izmantošanas racionalitāti. Jo lielāks rādītājs, jo rentablāks ir jūsu bizness. Rentabilitāti var rēķināt dažādos griezumos atkarībā no tā, kādu procesu vēlaties analizēt. No iegūtajiem rezultātiem attiecīgi var izdarīt secinājumus, vai rentabilitāte ir pietiekama vai arī tā ir jāpalielina, uzlabojot procesus. Ja vēlamies analizēt savas darbības rezultātus, varam izmantot populārākos rentabilitātes rādītājus:

- Bruto peļņas robeža - parāda, cik rentabla ir pamatdarbība vai pamatprodukcija, kas neietver uzņēmuma administrēšanu, pārdošanu un citas netiešās izmaksas (Skat. 11. formulu). (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

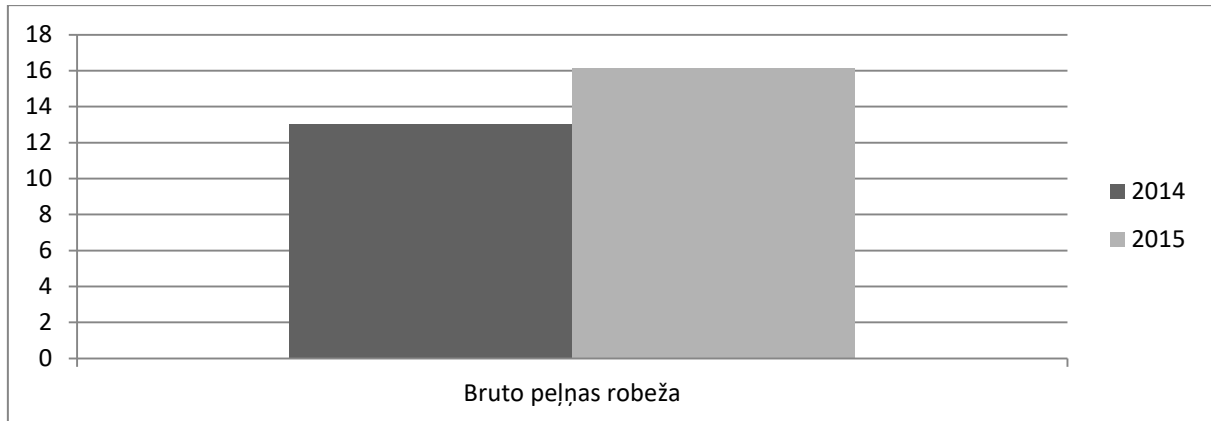
$$a = \frac{b}{c} \times 100, \quad (11)$$

kur  $a$  – bruto peļņas robeža, koeficients;  
 $b$  – bruto peļņa vai zaudējumi, summa EUR;  
 $c$  – neto apgrozījums, summa EUR;

SIA “Miesnieks” bruto peļņas robeža (Sk. 18. attēlu):

$$a_{2014} = \frac{349190}{2679794} \times 100 = 13,030$$

$$a_{2015} = \frac{408407}{2531164} \times 100 = 16,135$$



**18. attēls. SIA “Miesnieks” bruto peļņas robeža 2 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” npublicētie materiāli)**

Šis rādītājs parāda, cik liela būs potenciālā peļņa no pārdotās produkcijas. 2014. gadā uz 1 eiro SIA “Miesnieks” nopelnīja 13,030 eiro, savukārt 2015. gadā jau 16,135 eiro.

- Kapitāla atdeve - parāda, cik racionāli tiek izmantots tas kapitāls, ko ir investējuši uzņēmumā īpašnieki (Skat. 12. formulu). (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{b}{c} \times 100, \quad (12)$$

kur  $a$  – kapitāla atdeve, summa EUR;

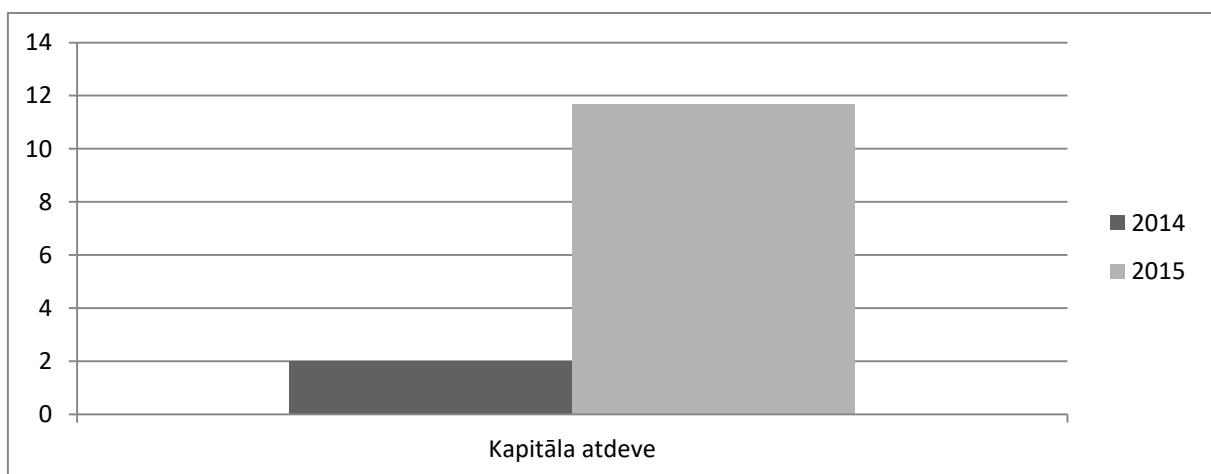
$b$  – neto peļņa vai zaudējumi, summa EUR;

$c$  – pašu kapitāls, summa EUR;

Kapitāla atdeve SIA “Miesnieks” (Sk. 19.attēlu):

$$a_{2014} = \frac{4667}{235239} \times 100 = 1,984$$

$$a_{2015} = \frac{31114}{266353} \times 100 = 11,681$$



**19. attēls. SIA “Miesnieks” kapitāla atdeve 2 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” npublicētie materiāli)**

Kapitāla atdeves koeficients parāda, ka SIA “Miesnieks” investori 2014. gadā par katru ieguldīto eiro ieguva 1,984 eiro, bet 2015. jau 11,681 eiro.

- Aktīvu atdeve ir viens no svarīgākajiem rādītājiem, kas parāda uzņēmuma konkurētspēju (Skat. 13. formulu). Šis rādītājs ievērojami svārstās atkarībā no nozares, tāpēc ir svarīgi salīdzināt uzņēmuma rādītāju ar vidējiem rādītājiem. Ja rādītājs ir augstāks par nozares vidējo rādītāju, tas var liecināt par stipru uzņēmuma konkurētspēju. (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{b}{c} \times 100, \quad (13)$$

kur  $a$  – aktīvu atdeve, koeficients;

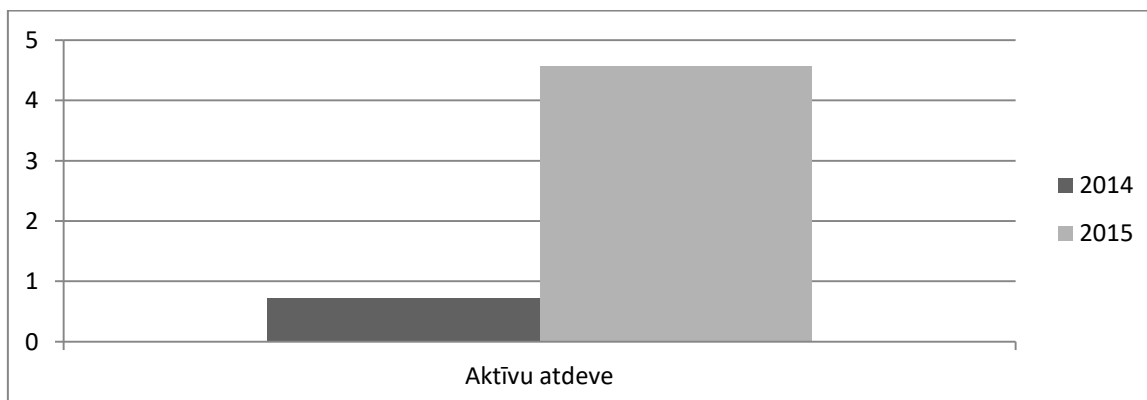
$b$  – neto peļņa vai zaudējumi, summa EUR;

$c$  – aktīvu bilance, summa EUR;

Aktīvu atdeve SIA “Miesnieks” (Sk. 20.attēls):

$$a_{2014} = \frac{4667}{647547} \times 100 = 0,721$$

$$a_{2015} = \frac{31114}{680548} \times 100 = 4,572$$



**20. attēls. SIA “Miesnieks” aktīvu atdeve 2 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” npublicētie materiāli)**

Analizējot aktīvu atdevi uzņēmumā redzams, ka tās līmenis ir zems. Bet tas ir saprotams, jo uzņēmums ieguldījis lielas investīcijas attīstībā, kas peļņu atgūst pakāpeniski.

- Ilgtermiņa ieguldījumu atdeve parāda ienesīgumu atkarībā no uzņēmuma ieguldījumiem ilgtermiņa aktīvos (Skat. 14. formulu). Ja uzņēmums maz investē līdzekļus attīstībā, tas var novest pie konkurētspējas samazināšanās nākotnē. (<https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>)

$$a = \frac{b}{c} \times 100, \quad (14)$$

kur  $a$  – ilgtermiņa ieguldījumu atdeve, koeficients;

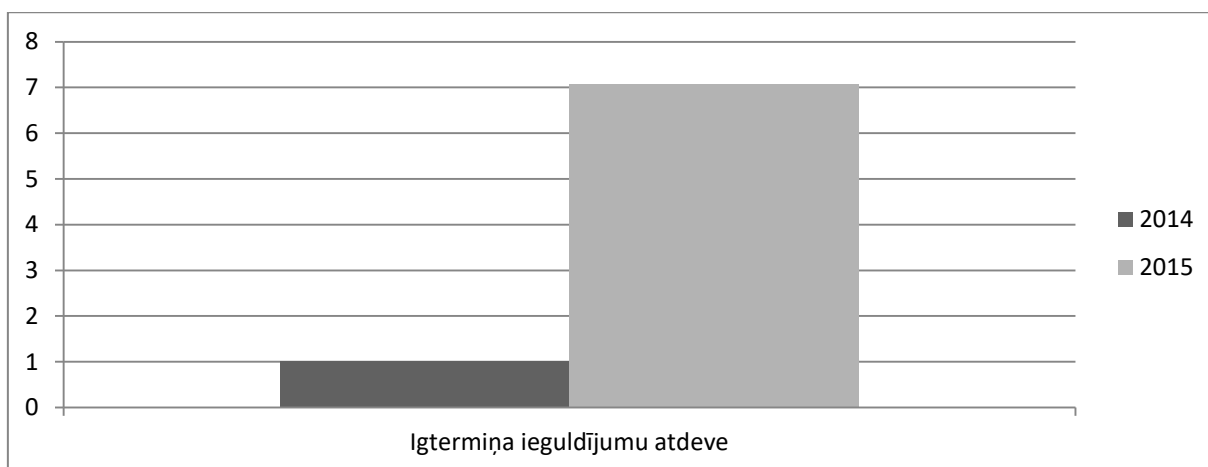
$b$  – neto peļņa vai zaudējumi, summa EUR;

$c$  – ilgtermiņa ieguldījumi, summa EUR;

Ilgtermiņa ieguldījumu atdeve SIA “Miesnieks” (Sk. 21.attēlu):

$$a_{2014} = \frac{4667}{439996} \times 100 = 1,011$$

$$a_{2015} = \frac{31114}{439757} \times 100 = 7,075$$

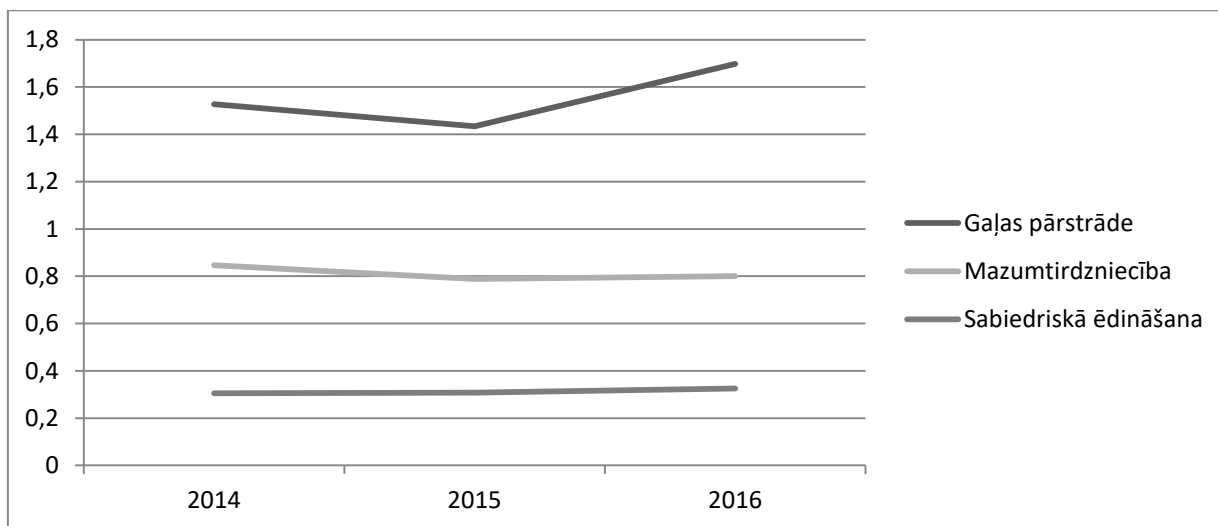


**21. attēls. SIA “Miesnieks” ilgtermiņa ieguldījumu atdeve 2 gadu griezumā. (Autore, 2017, SIA “Miesnieks” npublicētie materiāli)**

Par uzņēmuma finansiālo stāvokli un tirdzniecības rezultātiem var spriest arī pēc tāda rādītāja kā neto apgrozījums - ieņēmumi no sabiedrības pamatdarbības, produkcijas pārdošanas un pakalpojumu sniegšanas, no kuriem atskaitīta tirdzniecības atlaide un citas piešķirtās atlaides, kā arī pievienotās vērtības nodoklis un citi nodokļi, kas tieši saistīti ar pārdošanu. (<http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/termini/neto-apgrozijums-35070.html>) (Skatīt 7.tabulu 22. attēlu)

**9. tabula. SIA “Miesnieks” neto apgrozījums pa darbības veidiem 2014.-2016.gadā. (Autore, 2017, uzņēmuma npublicētie materiāli).**

Darbības veids	NACE kods	2016.g.EUR	2015.g.EUR	2014.g.EUR
Gaļas pārstrāde	10,1	1 698 032	1 434 546	1 527 620
Mazumtirdzniecība	47,1	800 496	788 093	846 602
Sabiedriskā ēdināšana	56,2	325 763	308 525	305 672
Kopā:		2 824 291	2 531 164	2 679 894



**22. attēls. SIA “Miesnieks” neto apgrozījums pa darbības veidiem 2014.-2016.gadā.**

*(Autore, 2017, uzņēmuma nepublicētie materiāli)*

Tabulā redzams, ka kopējais neto apgrozījums pieaug. Kritums bijis 2015.gadā, jo īpaši gaļas pārstrādē un tirdzniecībā. Ja 2016.gadā gaļas pārstrādē un sabiedriskajā ēdināšanā bijis pieaugums, kas pārsniedza 2014.gada līmeni, tad mazumtirdzniecībā pieaugums bijis salīdzinoši neliels un nav sasniedzis 2014.gada normu. Pēc autores domām, tieši mazumtirdzniecības apgrozījuma līmenis, nav pieaudzis līdz 2014. gada normai, tieši iedzīvotāju pirktspējas dēļ – gan ienākumu izmaiņu, gan emigrācijas dēļ.

SIA “Miesnieks” finanšu rādītāji autores skatījumā ir mainīgi tādēļ, ka uzņēmums darbība ir vērsta attīstību, tiek īstenoti dažādi projekti, piemēram, “Gaļas produkcijas ražošanas paplašināšana”, kuros tiek “ieliktas” investīcijas uzņēmuma konkurētspējas celšanai. Tas pamato arī uzņēmuma šī brīža finansiālo atkarību no kreditoriem. Projekti SIA “Miesnieks” tiek īstenoti ražošanas attīstībai, tādēļ arī neto apgrozījums pieaudzis ir tieši gaļas pārstrādes jomā nevis tirdzniecībā.

### 3. SIA “Miesnieks” tirdznieciskās darbības pilnveidošana Kurzemē

Analizējot SIA “Miesnieks” tirdzniecisko darbību un apkopojot finanšu informāciju, autore secinājusi, ka uzņēmumam pastāv vairākas tirdznieciskās darbības pilnveidošanas iespējas Kurzemē:

- Jaunu sadarbības partneru – veikalu tīklu vai citu mazumtirgotāju piesaiste citās pilsētās un novados;
- Jaunu tirdzniecības vietu - specializētu gaļas izstrādājumu veikalu izveide ārpus Ventpils novada – Kuldīgā, Talsos un Liepājā.

SIA “Miesnieks” ar savu produkciju nodrošina klientus liela daļā Kurzemes pilsētu un novadu. Sadarbības veidošana, produkcijas izvietošana un tirdzniecība citos veikalos ārpus Ventpils novada uzņēmumam nodrošinātu gan apgrozījuma, gan peļņas pieaugumu. Kā viena no iespējam sadarbības partneru izvēlē ir veikalu tīkla “top!” pārstāvošā uzņēmuma SIA “Iepirkumu grupa” partneriem Kurzemē. Iespējas piesaistīt šādus klientus varētu sekmēties ar panākumiem, jo viens no pozitīviem rādītājiem ir sadarbība ar AS “Diāna”, kas arī ir viens no SIA “Iepirkumu grupa” partneriem, ir viena no senākajām, kā arī SIA “Gabriēla” Talsos. SIA “Miesnieks” un AS “Diāna” savstarpējā sadarbība aizsākusies jau pirms “top!” zīmola un logo apstiprināšanas, kad Ventpilī atvērās pirmais lielveikals “Diāna”1997.gadā. Kā potenciālie sadarbības partneri minami AS “LPB”, kam pieder 13 “top!” veikalus Liepājas novadā un 4 veikali Grobiņas novadā, SIA “Madara89”, kam pieder 2 “top!” veikali Aizputes novadā, kā arī SIA “Iepirkumu grupa” partneru veikali Kuldīgas novadā – 5, Saldus – 2, Rojas - 6. Pieņemot, ka izveidot sadarbību un tirgot produkciju izdotos tikai 13 Liepājas, 5 Kuldīgas un 9 Aizputes novadu veikalos, uzņēmuma neto apgrozījums tieši mazumtirdzniecībā varētu pieaugt pat par 50%.

Kā otra tirdznieciskās darbības pilnveidošanas iespējām ir jaunu “Miesnieks” veikalu atvēršana Kuldīgā, Talsos un Liepājā. Autore ir atradusi un izpētījusi piedāvājumus telpu nomā:

- Talsi – Lielā iela 13. Veikala telpas ir pārdošanā ar iespēju iegādāties uz izmaksu – maksāt pa daļām. Telpas atrodas pavisam netālu no pilsētas centra. Iepriekš šajās telpās arī ir bijis pārtikas veikals, tās ir izremontētas, nodrošinātas ar komunikācijām un telpās paliek viss inventārs – aukstuma vitrīnas, saldētavas, svāri, kas ir būtiski, jo nebūtu nepieciešami papildu ieguldījumi jaunu iekārtu iegādē. (<https://www.ss.com/msg/lv/real-estate/premises/shops/talsi-and-reg/talsi/bgebk.html>) Iegādājoties šo īpašumu izmaksas

sasniegtu 18,500 eiro bez administratīvajām izmaksām. Bet tā kā uzņēmumu iespējams iegādāties uz izmaksu, tad ikmēneša maksājums sastādītu 287 eiro mēnesī.

- Liepāja – Klaipēdas iela 68. Sava ieeja, 1. stāvs, tirdzniecības zāle, tualete, noliktava, elektriskā apkure, bet var pieslēgt arī pilsētas apkuri. Telpas atrodas Liepājas Dienvidrietumu rajonā. Lai gan telpas ir tālu no pilsētas centra, netālu atrodas gan daudzdzīvokļu māju rajons, gan privātmāju rajoni. Arī šajās telpās paliek visas iekārtas un aprīkojums, kas tieši tāpat kā Talsos neprasītu SIA “Miesnieks” papildu ieguldījumus. (<https://www.ss.com/msg/lv/real-estate/premises/shops/liepaja-and-reg/liepaja/cimdd.html>) Īres izmaksas mēnesī sasniegtu 250 eiro.
- Kuldīga – Smilšu iela 13. Telpās ir signalizācija, interneta pieslēgums, ūdens, kanalizācija, ērta piebraukšana, pretī ēkai auto stāvvietas. Tiesa gan tās nav aprīkotas ar gaļas izstrādājumu veikalam nepieciešamajām iekārtām. Telpas atrodas netālu no pilsētas centra, no gājēju ielas plūsmas sezonā. (<https://www.ss.com/msg/lv/real-estate/premises/shops/kuldiga-and-reg/kuldiga/dlgek.html>) Telpu īre mēnesī sasniegtu 200 eiro mēnesī.

Izmaksas par telpu īri mēnesī ir vidēji 250 eiro par katru, kopā – aptuveni 750 eiro par visām. Turklāt pēc piecu gadu īres maksājumiem, telpas Talsos nonāktu SIA “Miesnieks” īpašumā. Gadā īres izmaksas par visiem trīs veikaliem sastādītu 9000 eiro.

Tā kā Talsos un Liepājā telpas ir tādā stāvoklī, ka neprasa papildu ieguldījumus, un ir gatavas tirdzniecības uzsākšanai, autore ir sastādījusi aptuveno izmaksu plānu veikala Kuldīgā atvēršanai:

- Aukstuma vitrīna – lietota – 1000 eiro;
- Saldēšanas lāde + ledusskapis – lietoti – 700 eiro;
- Skapīši veikala – lietoti – 200 eiro;
- Sertificēts kases aparāts – 500 eiro;
- Svari – lietoti – 200 eiro;

Kopējās aprīkojuma izmaksas sastāda aptuveni 2600 eiro. SIA “Miesnieks” būtu spējīgs segt visu trīs veikalu darbības uzsākšanas izmaksas no pašu kapitāla. Jaunie “Miesnieks” gaļas un izstrādājumu veikali savu darbību varētu uzsākt ar 2018.gada martu. Veikalu darba laiks būtu katru darba dienu no 09:00 līdz 20:00, sestdienās no 09:00 līdz 18:00, bet svētdienās no 09:00 līdz 15:00. Katrs veikals nodarbinātu 3 darbiniekus, kuru atalgojumu sastādītu summētais darba laiks pēc noteiktas stundas tarifa likmes – 2,50 EUR/h. Pretēji jau esošajiem veikaliem, jaunajiem nebūs atsevišķa amata pozīcija – veikala vadītājs. Ar pasūtījumu izstrādi un veikšanu

nodarbotos pārdevēji. Gadā jauno struktūrvienību darbinieki uzņēmumam izmaksātu aptuveni 18,8 tūkstošus.

Pēc iepriekšējo gadu peļņas un zaudējumu aprēķinus, autore pieņem, ka aptuvenais ieņēmumu apjoms jau 3 esošajiem “Miesnieks” veikaliem sastāda 1/2 no mazumtirdzniecības neto apgrozījuma, tātad – 400 tūkst. gadā. Vidēji uz vienu veikalu šis apjoms sastāda 133 tūkst. gadā, tomēr šāds aprēķins nav precīzs, jo veikala Ventavā apgrozījums nevar būt vienlīdzīgs ar abu veikalu Ventspilī apgrozījumu. Autores plānotais neto apgrozījums gadā: (Sk. 8.tabulu)

**10. Tabula. Plānotais neto apgrozījums gadā jaunajās struktūrvienībās (Autore, 2017)**

	Minimālie	Maksimālie
Talsi	120 000	320 000
Kuldīga	100 000	300 000
Liepāja	150 000	350 000
Kopā:	370 000	970 000

Ja uzņēmuma jaunās struktūrvienības strādātu ar minimāliem ieņēmumiem, tad kopējais neto apgrozījums mazumtirdzniecībā palielinātos par aptuveni 50% gadā, bet, ja ar maksimāliem, tad apgrozījuma palielinātos pat par 105%.

Autore ir izstrādājusi minimālās un maksimālās peļņas plānu trīs jaunajiem veikaliem kopumā. (Skat. 9.tabulu)

**9.tabula. Plānotā peļņa gadā jaunajās struktūrvienībās kopumā (Autore, 2017)**

	Minimālā	Maksimālā
Neto apgrozījums	370 000	970 000
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	296 000	776 000
Bruto peļņa vai zaudējumi no apgrozījuma	74 000	194 000
Pārdošanas izmaksas	37 000	97 000
Administrācijas izmaksas	28 120	73 720
Citas izmaksas	5000	5000
Peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem	3 880	18 280
Nodokļi	776	3 656
Peļņa vai zaudējumi pēc nodokļiem	3 104	14 624

Pēc tabulā redzamajiem datiem var secināt, ka arī ar minimāliem ieņēmumiem uzņēmuma struktūrvienības strādātu ar peļņu. Tomēr tās apjoms ir tik neliels, ka valdei vajadzētu izvērtēt,

cik izdevīgi būtu atvērt papildu struktūrvienības un, kādi pasākumi būtu jāveic, lai peļņu palielinātu. Savukārt maksimālo ieņēmumu gadījumā uzņēmums gūtu aptuveni 40% tīrās peļņas pieaugumu, kas tam dotu iespēju turpināt attīstīties plašākā vērienā – gan tehnoloģiski, gan tirdzniecībā – iekarojot tirgu visā Latvijā.

## Secinājumi

1. Gaļas pārstrādes un ražošanas nozare veido 18% no kopējās pārtikas apstrādes un ražošanas nozares apgrozījuma, t.i., aptuveni 420 miljonus eiro.
2. SIA “Miesnieks” dibināts 1992.gadā un ir Latvijā senākais uzņēmums, kas darbojas gaļas pārstrādes nozarē. Pirmā produkcija tirdzniecībā nonāca 1994.gada februārī.
3. Uzņēmumā kopumā ir 5 struktūrvienības, no kurām 3 ir “Miesnieks” specializēti gaļas izstrādājumu veikali. Saražotā produkcija tiek realizēta arī vietējo veikalu tīklos – “top!” Ventspilī un Talsos, kā arī citos Kurzemes un Rīgas veikalos un restorānos.
4. SIA “Miesnieks” ražo vairāk kā 80 dažādus gaļas izstrādājumus, kas izgatavoti no 100% Latvija audzētu cūku gaļas.
5. SIA “Miesnieks” starp Kurzemē līdzīgiem uzņēmumiem ir konkurētspējīgs. Izteikts līderis šai nozarē Kurzemē ir SIA “Kurzemes Galsaimnieks”, tomēr “Miesnieks” ir savas priekšrocības, kas ļauj izturēt konkurenci.
6. Uzņēmuma ražotā produktu sērija “Lācēns” un “Skolas desa” ir ieguvuši “Zaļās karotītes” sertifikātu.
7. SIA “Miesnieks” nenodrošina pietiekamu reklāmu tirdzniecībā esošajai produkcijai. Arī uzņēmuma mājas lapa internetā “vāja” un nesatur informāciju par jaunāko pieejamo produkciju.
8. SIA “Miesnieks” ir atkarīgs no kreditoriem un pastāv iespēja, ka aizdevuma maksājumi netiks segti laikus. Tajā pašā laikā uzņēmumam ir pārāk ilgs iekasēšanas periods.
9. Investējot un īstenojot projektus uzņēmuma darbības attīstībā, SIA “Miesnieks” apgrozījumam un peļņai ir tendence pieaugt.
10. SIA “Miesnieks” pastāv tirdznieciskās pilnveidošanas iespējas, paplašinot tirdzniecību Kurzemes reģionā – sadarbojoties ar vietējo veikalu tīklu “top!” un atverot firmas veikalus Kuldīgā, Liepājā un Talsos.

## Priekšlikumi

1. Analizējot “Miesnieks” ar SVID analīzi autore ieteiktu veikt uzlabojumus SIA “Miesnieks” esošajā mājas lapā internetā, gan vizuāli, gan iekļaujot jaunāko informāciju par uzņēmumā ražoto produkciju un citām ar uzņēmumu saistītajām aktualitātēm.
2. Meklēt papildu sadarbības partnerus tirdzniecības paplašināšanā Kurzemes reģionā, piemēram, novadu pašvaldībās un pārvaldēs, kā arī veidot sadarbību ar vietējiem veikalu tīkliem, piemēram, “Top”.
3. Uzņēmuma Valdei vismaz reizi pusgadā vajadzētu veikt SIA “Miesnieks” piederošo veikalu apsekošanu un iekārtu nolietojuma izvērtēšanu, lai noteiktu vai un kad nepieciešams veikt to nomaiņu. Šā gada laikā vajadzētu veikt uzņēmumam piederošo veikalu kosmētisko remontu – Ventspilī Saules un Rindas ielās.
4. Pētot gaļas tirdzniecības nozari, autore secināja, ka arvien vairāk iedzīvotāju izvēlas kļūt par veselīga dzīvesveida piekritējiem, tādēļ, konkurētspējas paaugstināšanai SIA “Miesnieks” vajadzētu izstrādāt un ražot vairāk produktu, kam varētu piešķirt “Zaļās karotītes” sertifikātu.
5. SIA “Miesnieks” 2018. gada laikā vajadzētu atvērt trīs jaunas struktūrvienības Kurzemē – Liepājā, Talsos un Kuldīgā, kas ļautu palielināt uzņēmuma peļņu vidēji par 20% gadā.

## Izmantotā literatūra un informācijas avoti

1. Praude, V. (2011) Mārketings 1.grāmata. Rīga: Burtene, 552.lpp.
2. Krogzeme H. (2013) Komersantu darbības analīze un kontrole. Rīga: RTU izdevniecība, 348.lpp
3. Beļavska, L., Bojarenko, J., Tjurina, A. (2009) Finanšu grāmatvedība: teorija un prakse. Rīga: SIA KIF “Biznesa komplekss”, 272.lpp.
4. Binde J. (2016) žurnāls „Kapitāls” (2016).
5. [http://lufb.llu.lv/LLUgramatas/SIGRA/Latvijas\\_iedzivot\\_partik\\_galas\\_rakstur.pdf](http://lufb.llu.lv/LLUgramatas/SIGRA/Latvijas_iedzivot_partik_galas_rakstur.pdf)
6. <http://nace.lursoft.lv/10.1>
7. [https://www.zm.gov.lv/public/ck/files/ZM/TP%20petijumi/pet\\_partikas\\_konkuretsp.pdf](https://www.zm.gov.lv/public/ck/files/ZM/TP%20petijumi/pet_partikas_konkuretsp.pdf)
8. <http://www.delfi.lv/news/comment/comment/heino-lapins-iedzivotaju-skaita-samazinasanas-var-butiski-ietekmet-galas-parstrades-nozari.d?id=48454629>
9. <http://www.la.lv/edaju-mazak-tiem-gatavos-veseligak/2/>
10. <https://www.zm.gov.lv/lauksaimnieciba/statiskas-lapas/lopkopiba-un-ciltsdarbs/cukkopibas-nozare?nid=583#jump>
11. <http://www.db.lv/viedokli/galas-paterins-vai-panaksim-igauniju-un-lietuvu-457776>
12. <https://www.firmas.lv/lbgpp/2015/raksti/1000000440303#/>
13. [https://www.firmas.lv/results?of=4&srch=Ga%C4%BCas+p%C4%81rstr%C4%81de%2C+p%C4%81rtika&srch\\_exact=1&srch\\_where=nozares](https://www.firmas.lv/results?of=4&srch=Ga%C4%BCas+p%C4%81rstr%C4%81de%2C+p%C4%81rtika&srch_exact=1&srch_where=nozares)
14. <http://www.seb.lv/info/ekonomiska-vide/sogad-latvijas-uznemumiem-labas-izredzes-augt>
15. <http://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp>
16. <http://www.marketingteacher.com/swot-analysis/>
17. <http://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html>
18. <http://www.springvalley.lv/lv/publikacijas/spring-valley-publikacijas/misija-vizija-un-vertibas-ir-jakomunice/>
19. <https://www.makroekonomika.lv/ka-atgustam-zaudeto-konkuretspeju>
20. <http://www.db.lv/razosana/partika/galas-nozare-jarekinas-ar-cenu-kapumu-460328>
21. <http://www.db.lv/viedokli/galas-paterins-vai-panaksim-igauniju-un-lietuvu-457776>
22. [http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/publikacijas/2017/Nr%2003%20Latvija%20Galvenie%20statistikas%20raditaji%202017%20%2817\\_00%29%20LV.pdf](http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/publikacijas/2017/Nr%2003%20Latvija%20Galvenie%20statistikas%20raditaji%202017%20%2817_00%29%20LV.pdf)
23. <https://www.lursoft.lv/lv/finansu-analizes-piemers>

24. [http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/publikacijas/2017/Nr%2003%20Latvija%20Galvenie%20statistikas%20raditaji%202017%20%2817\\_00%29%20LV.pdf](http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/publikacijas/2017/Nr%2003%20Latvija%20Galvenie%20statistikas%20raditaji%202017%20%2817_00%29%20LV.pdf)
25. <http://credpro.lv/konkurence/>
26. [http://www.ltv.c.lv/cenu-veidosanas-faktori/&gws\\_rd=cr&dcr=0&ei=aR2rWaCmA6fI6ASU35OYBA](http://www.ltv.c.lv/cenu-veidosanas-faktori/&gws_rd=cr&dcr=0&ei=aR2rWaCmA6fI6ASU35OYBA)
27. <http://nra.lv/ekonomika/latvija/210516-algu-lidz-450-eiro-uz-rokas-sanem-42-latvijas-iedzivotaju.htm>
28. <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/darba-samaksa-galvenie-raditaji-30270.html>

# PIELIKUMI

# 1. pielikums. SIA "Miesnieks" 2014.gada bilance. (SIA "Miesnieks" materiāli)

SIA "Miesnieks" LV41203002607

## BILANCE par 2014. gadu

AKTĪVS	Piezīmes numurs	31.12.2014.	31.12.2013.	31.12.2013.
		EUR	EUR	LVL
<b>Ilgtermiņa ieguldījumi</b>				
<b>I Nemateriālie ieguldījumi</b>				
1. Citi nemateriālie ieguldījumi		2024	2412	1695
	<b>I kopā:</b>	<b>2024</b>	<b>2412</b>	<b>1695</b>
<b>II Pamatīdzekļi</b>				
1. Zemes gabali, ēkas, būves un ilggadējie stādījumi		186251	197392	138728
3. Iekārtas un mašīnas		97638	101655	71445
4. Pārējie pamatīdzekļi un inventārs		154083	176784	124243
5. Pamatīdzekļu izveidošana un nepabeigto celtniecības objektu izmaksas				
6. Avansa maksājumi par pamatīdzekļiem				
	<b>II kopā:</b>	<b>437972</b>	<b>475831</b>	<b>334416</b>
	<b>1.IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>439996</b>	<b>478243</b>	<b>336111</b>
<b>Apzīmējamie līdzekļi</b>				
<b>I Krājumi</b>				
1. Izejvielas, pamatmateriāli un paligmateriāli		43434	57547	40444
3. Gatavie ražojumi un preces pārdošanai		46318	46058	32370
	<b>I kopā:</b>	<b>89752</b>	<b>103605</b>	<b>72814</b>
<b>III Debitori</b>				
1. Pircēju un pasūtītāju parādi		95273	73040	51333
4. Citi debitori		4456	2368	1664
7. Nākamo periodu izmaksas		5433	5314	3735
	<b>III kopā:</b>	<b>105162</b>	<b>80722</b>	<b>56732</b>
<b>V Naudas līdzekļi</b>				
		12637	25906	18207
	<b>V kopā:</b>	<b>12637</b>	<b>25906</b>	<b>18207</b>
	<b>2.IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>207551</b>	<b>210234</b>	<b>147753</b>
<b>Bilance</b>		<b>647547</b>	<b>688476</b>	<b>483864</b>

211 konts  
213; 2132 konts

2380, 2381,  
2382, 2384

PASĪVS	Piezīmes numurs	31.12.2014.	31.12.2013.	31.12.2013.
		EUR	EUR	LVL
<b>Pašu kapitāls</b>				
1. Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitālā)		221832	221968	156000
4. Rezerves:				
a) pārējās rezerves		136		
5. Nesadalītā peļņa:				
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa		8604	5748	4040
b) pārskata gada nesadalītā peļņa		4667	2856	2007
	<b>1.IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>235239</b>	<b>230572</b>	<b>162047</b>
<b>Uzkrājumi</b>				
2. Citi uzkrājumi		21372	13022	9152
	<b>2.IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>21372</b>	<b>13022</b>	<b>9152</b>
<b>Ilgtermiņa kreditori</b>				
3. Aizņēmumi no kredītiestādēm		55697	78642	55270
4. Citi aizņēmumi		57229	75579	53117
10. Atliktā nodokļa saistības		8914	7711	5419
5. Nākamo periodu ieņēmumi		40765	47171	33152
	<b>3.IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>162605</b>	<b>209102</b>	<b>146958</b>
<b>Īstermiņa kreditori</b>				
3. Aizņēmumi no kredītiestādēm		22544	20795	14615
4. Citi aizņēmumi		41720	39759	27943
6. Parādi piegādātājiem un darbuuzņēmējiem, pašvaldībai		117498	114036	80145
9. Nodokļi un sociālās nodrošināšanas maksājumi		19090	36195	25438
10. Pārējie kreditori		21074	18590	13065
11. Nākamo periodu ieņēmumi		6405	6404	4501
	<b>4. IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>228331</b>	<b>235780</b>	<b>165707</b>
<b>Bilance</b>		<b>647547</b>	<b>688476</b>	<b>483864</b>

Valdes loceklis \_\_\_\_\_ Dainis Reinsons

**2. pielikums. SIA "Miesnieks" 2014.gada peļņas vai zaudējumu aprēķins. (SIA "Miesnieks" materiāli)**

SIA "Miesnieks" LV41203002607

**PEĻŅAS VAI ZUDĒJUMU APRĒĶINS**

(pēc apgrozījuma izmaksu metodes)

**par 2014.gadu**

Nr.p.k.	Rādītāja nosaukums	Piezīmes Nr.	31.12.2014.	31.12.2013.	31.12.2013.
1	2	3	EUR	EUR	LVL
1	Neto apgrozījums	18	2679794	2642863	1857415
2	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	19	2330604	2286573	1607013
3	<b>Bruto peļņas vai zaudējumi (no apgrozījuma)</b>		<b>349190</b>	<b>356290</b>	<b>250402</b>
4	Pārdošanas izmaksas	20	199452	201013	141273
5	Administrācijas izmaksas	21	132622	135521	95245
6	Pārējie uzņēmuma saimnieciskās darbības ieņēmumi	22	8519	7403	5203
7	Pārējie uzņēmuma saimnieciskās darbības izdevumi	23	10050	8899	6254
8	Ieņēmumi no līdzdalības koncerna meitas un asociēto uzņēmumu kapitālos				
9	Ieņēmumi no vērtspapīriem un aizdevumiem, kas veidojuši ilgtermiņa ieguldījumus				
10	Pārējo procentu maksājumi un tamlīdzīgi ieņēmumi				
11	Ilgtermiņa finansu ieguldījumu un īstermiņa vērtspapīru vērtības norakstīšana				
12	Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas		8302	10575	7432
13	<b>Peļņa un zaudējumi pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem</b>		<b>7283</b>	<b>7685</b>	<b>5401</b>
14	Ārkārtas ieņēmumi				
15	Ārkārtas izdevumi				
16	<b>Peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem</b>		<b>7283</b>	<b>7685</b>	<b>5401</b>
17	Uzņēmuma ienākuma nodoklis UIN izmaksas				
18	Pārējie nodokļi		1413	1407	989
19	Atliktā UIN izmaksas	11	1203	3422	2405
20	<b>Pārskata perioda peļņa vai zaudējumi pēc nodokļiem</b>		<b>4667</b>	<b>2856</b>	<b>2007</b>

Valdes loceklis \_\_\_\_\_ Dainis Reinsons

### 3. pielikums. SIA "Miesnieks" 2015.gada bilance. (SIA "Miesnieks" materiāli)

SIA "Miesnieks" LV41203002607

#### BILANCE par 2015. gadu

AKTĪVS	Piezīmes numurs	31.12.2015.	31.12.2014.
		EUR	EUR
<b>Ilgtermiņa ieguldījumi</b>			
<b>I Nemateriālie ieguldījumi</b>			
1. Citi nemateriālie ieguldījumi		2810	2024
	<b>I kopā:</b>	<b>2810</b>	<b>2024</b>
<b>II Pamatīdzekļi</b>			
1. Zemes gabali, ēkas, būves un ilggadējie stādījumi		173390	186251
3. Iekārtas un mašīnas		123629	97638
4. Pārējie pamatīdzekļi un inventārs		139928	154083
5. Pamatīdzekļu izveidošana un nepabeigto celtniecības objektu izmaksas			
6. Avansa maksājumi par pamatīdzekļiem			
	<b>II kopā:</b>	<b>436947</b>	<b>437972</b>
	<b>1. IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>439757</b>	<b>439996</b>
<b>Apgrozāmie līdzekļi</b>			
<b>I Krājumi</b>			
1. Izejvielas, pamatmateriāli un palīgmateriāli		19912	43434
3. Gatavie ražojumi un preces pārdošanai		43341	46318
	<b>I kopā:</b>	<b>63253</b>	<b>89752</b>
<b>III Debitori</b>			
1. Pircēju un pasūtītāju parādi		93082	95273
4. Citi debitori		5206	4456
7. Nākamo periodu izmaksas		6241	5433
	<b>III kopā:</b>	<b>104529</b>	<b>105162</b>
<b>V Naudas līdzekļi</b>			
		73009	12637
	<b>V kopā:</b>	<b>73009</b>	<b>12637</b>
	<b>2. IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>240791</b>	<b>207551</b>
<b>Bilance</b>		<b>680548</b>	<b>647547</b>

PASĪVS	Piezīmes numurs	31.12.2015.	31.12.2014.
		EUR	EUR
<b>Pašu kapitāls</b>			
1. Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)		221832	221832
4. Rezerves:			
a) pārējās rezerves		136	136
5. Nesadalītā peļņa:			
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa		13271	8604
b) pārskata gada nesadalītā peļņa		31114	4667
	<b>1. IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>266353</b>	<b>235239</b>
<b>Uzkrājumi</b>			
2. Citi uzkrājumi		31928	21372
	<b>2. IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>31928</b>	<b>21372</b>
<b>Ilgtermiņa kreditori</b>			
3. Aizņēmumi no kredītiestādēm		47875	55697
4. Citi aizņēmumi		42221	57229
10. Atliktā nodokļa saistības		14675	8914
5. Nākamo periodu ieņēmumi		48760	40765
	<b>3. IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>153531</b>	<b>162605</b>
<b>Īstermiņa kreditori</b>			
3. Aizņēmumi no kredītiestādēm		27995	22544
4. Citi aizņēmumi		30248	41720
6. Parādi piegādātājiem un darbuizpildītājiem, pašvaldībai		100354	117498
9. Nodokļi un sociālās nodrošināšanas maksājumi		34551	19090
10. Pārējie kreditori		27076	21074
11. Nākamo periodu ieņēmumi		8512	6405
	<b>4. IEDAĻAS KOPSUMMA</b>	<b>228736</b>	<b>228331</b>
<b>Bilance</b>		<b>680548</b>	<b>647547</b>

**4. pielikums. SIA "Miesnieks" 2015.gada peļņas vai zaudējumu aprēķins. (SIA "Miesnieks" materiāli)**

SIA "Miesnieks" LV41203002607  
**PEĻNAS VAI ZUDĒJUMU APRĒĶINS**  
*(pēc apgrozījuma izmaksu metodes)*  
**par 2015.gadu**

Nr.p.k.	Rādītāja nosaukums	Piezīmes Nr.	31.12.2015.	31.12.2014.
1	2	3	EUR	EUR
1	Neto apgrozījums	17	2531164	2679794
2	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	18	2122757	2330604
3	<b>Bruto peļņas vai zaudējumi (no apgrozījuma)</b>		<b>408407</b>	<b>349190</b>
4	Pārdošanas izmaksas	19	210547	199452
5	Administrācijas izmaksas	20	153732	132622
6	Pārējie uzņēmuma saimnieciskās darbības ieņēmumi	21	12036	8519
7	Pārējie uzņēmuma saimnieciskās darbības izdevumi	22	12724	10050
8	Ieņēmumi no līdzdalības koncerna meitas un asociēto uzņēmumu kapitālos			
9	Ieņēmumi no vērtspapīriem un aizdevumiem, kas veidojuši ilgtermiņa ieguldījumus			
10	Pārējo procentu maksājumi un tam līdzīgi ieņēmumi			
11	Ilgtermiņa finansu ieguldījumu un īstermiņa vērtspapīru vērtības norakstīšana			
12	Procentu maksājumi un tam līdzīgas izmaksas		5152	8302
13	<b>Peļņa un zaudējumi pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem</b>		<b>38288</b>	<b>7283</b>
14	Ārkārtas ieņēmumi			
15	Ārkārtas izdevumi			
16	<b>Peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem</b>		<b>38288</b>	<b>7283</b>
17	Uzņēmuma ienākuma nodoklis UIN izmaksas			
18	Pārējie nodokļi		1413	1413
19	Atliktā UIN izmaksas	10	5761	1203
20	<b>Pārskata perioda peļņa vai zaudējumi pēc nodokļiem</b>		<b>31114</b>	<b>4667</b>

Valdes loceklis \_\_\_\_\_ Dainis Reinsons

5. pielikums. SIA "Miesnieks" 2016.gada bilance. (SIA "Miesnieks" materiāli)

SIA "Miesnieks", Reģ. Nr.41203002607  
Gada pārskats par 2016. gadu

Balance			
Aktīvs	Piez.	31.12.2016.	31.12.2015.
<b>Ilgtermiņa ieguldījumi</b>			
I. Nemateriālie ieguldījumi:			
Koncesijas, patenti, licences, preču zīmes un tamlīdzīgas tiesības.	3.1.1.	2551	2810
<b>Nemateriālie ieguldījumi kopā</b>		<b>2551</b>	<b>2810</b>
II. Pamatlīdzekļi (pamatlīdzekļi, ieguldījuma īpašumi un bioloģiskie aktīvi):			
Nekustamie īpašumi:			
a) zemesgabali, ēkas un inženierbūves,	3.1.2.	177498	173390
Tehnoloģiskās iekārtas un ierīces.	3.1.2.	150808	123629
Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs.	3.1.2.	192912	139928
Avansa maksājumi par pamatlīdzekļiem.		5200	0
<b>Pamatlīdzekļi kopā</b>		<b>526418</b>	<b>436947</b>
<b>Ilgtermiņa ieguldījumi kopā</b>		<b>528969</b>	<b>439757</b>
<b>Apgrozāmie līdzekļi</b>			
I. Krājumi:			
Izejvielas, pamatmateriāli un palīgmateriāli.		29274	19912
Gatavie ražojumi un preces pārdošanai.		49824	43341
<b>Krājumi kopā</b>		<b>79098</b>	<b>63253</b>
II. Debitori:			
Pircēju un pasūtītāju parādi.		115548	93082
Citi debitori.		3695	5206
Nākamo periodu izmaksas.		6544	6241
<b>Debitori kopā</b>		<b>125787</b>	<b>104529</b>
IV. Nauda		31628	73009
<b>Apgrozāmie līdzekļi kopā</b>		<b>236513</b>	<b>240791</b>
<b>Aktīvs kopā</b>		<b>765482</b>	<b>680548</b>

SIA "Miesnieks", Reģ. Nr. 41203002607  
Gada pārskats par 2016. gadu

Balance			
Pasīvs	Piez.	31.12.2016.	31.12.2015.
<b>Pašu kapitāls:</b>			
Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls).		221832	221832
a) pārējās rezerves.		136	136
Iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa vai nesegtie zaudējumi.	2.2.1.	59060	13271
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi.		18408	31114
<b>Pašu kapitāls kopā</b>		<b>299436</b>	<b>266353</b>
<b>Uzkrājumi:</b>			
Citi uzkrājumi	2.2.1.	0	31928
<b>Uzkrājumi kopā</b>		<b>0</b>	<b>31928</b>
<b>Ilgtermiņa kreditori:</b>			
Aizņēmumi no kredītiestādēm.	4.4.4.	74797	47875
Citi aizņēmumi.	4.4.4.	33598	42221
Atliktā nodokļa saistības	2.2.1.	0	14675
Nākamo periodu ieņēmumi.	4.4.3.	40247	48760
<b>Ilgtermiņa kreditori kopā</b>		<b>148642</b>	<b>153531</b>
<b>Īstermiņa kreditori:</b>			
Aizņēmumi no kredītiestādēm.	4.4.5.	93077	27995
Citi aizņēmumi.	4.4.5.	26521	30248
Parādi piegādātājiem un darbuizņēmējiem.		98521	100354
Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas.	4.4.2.	24837	34551
Pārējie kreditori.		27826	27076
Nākamo periodu ieņēmumi.	4.4.3.	8512	8512
Uzkrātās saistības.	2.2.1.	38110	
<b>Īstermiņa kreditori kopā</b>		<b>317404</b>	<b>228736</b>
<b>Kreditori kopā</b>		<b>466046</b>	<b>382267</b>
<b>Pasīvs kopā</b>		<b>765482</b>	<b>680548</b>

# GALVOJUMS

Es, Daiga Ķepale

apliecinu, ka darbs izstrādāts atbilstoši zinātniskās ētikas principiem.

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

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

Darba autors:

Daiga Ķepale

\_\_\_\_\_

(Vārds, uzvārds)

\_\_\_\_\_

(paraksts)

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

## IZZĪŅA PAR AIZSTĀVĒŠANU

Bakalaura darbs izstrādāts Latvijas Universitātes Ekonomikas un vadības fakultātē..

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

Bakalaura darba autors/-e: \_\_\_\_\_  
(vārds, uzvārds, paraksts)

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai - darba zinātniskais/-ā vadītājs/-āja:

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

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

Valsts pārbaudījuma komisijas priekšsēdētājs:

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