

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
EKONOMIKAS UN VADĪBAS FAKULTĀTE
GRĀMATVEDĪBAS UN AUDITA KATEDRA

**UZŅĒMUMA SIA "GERMAN PRODUCTS BALTICS" FINANSIĀLĀ SITUĀCIJA
UN ATTĪSTĪBAS NOVĒRTĒJUMS**

DIPLOMDARBS

Autors: Jānis Štekels

Stud. apl. js08363

Darba vadītājs: docente Ruta Šneidere

RĪGA 2013

ANOTĀCIJA

Diplomdarba tēma ir „Uzņēmuma SIA „German Products Baltics” finansiālā situācija un attīstības novērtējums”.

Diplomdarba mērķis ir veikt uzņēmuma SIA „German Products Baltics” finansiālās situācijas izpēti, salīdzināt iegūtos rādītājus ar konkurentu un nozares rādītājiem, sniegt secinājumus un dot priekšlikumus finansiālās situācijas uzlabošanai.

Darba temats ir aktuāls, jo katram uzņēmumam ir jāizvērtē katrs savs finansiālais gads, jāsalīdzina ar nozares un konkurentu rādītājiem, lai saprastu savu esošo vietu tirgū.

Diplomdarbs sastāv no ievada, trīs nodaļām, secinājumiem, priekšlikumiem un izmantotās literatūras avotiem. Pirmajā nodaļā ir apkopota teorētiskā informācija, otrajā nodaļā ir uzņēmuma raksturojums un finanšu rādītāju aprēķins un analīze, bet trešajā nodaļā uzņēmuma salīdzinājums ar konkurentiem un nozari, kā arī nākotnes perspektīvu apskats.

Darba apjoms ir 64 lapas, tajā iekļauti 2 attēli un 21 tabula. Darbā izmantoti 37 literatūras avoti.

Atslēgvārdi – finanšu analīze, konkurenti, nozare, attīstība.

ANNOTATION

The topic of the Diploma work is „Company „German Products Baltics” financial situation and evaluation of the development”.

The objective of Diploma work is to analyze financial situation in company, compare parameters with competitors and sector parameters and make conclusions and give proposals for financial situations improvement.

Subject of the work is actual, because each company has to evaluate companies financial year, compare with competitors and sector to understand it's place in market.

Diploma work consists of an introduction, three chapters, conclusions, proposals and references and sources. The first chapter summarizes the theoretical information, the second section is about company itself and financial analysis and the third chapter is comparison of company, competitors, sector and future perspectives.

The amount of work is 64 pages, includes 2 images and 21 table. The study uses 37 sources.

Keywords – financial analysis, competitors, sector, development

SATURS

Ievads.....	5
1. Finanšu un SVID analīzes teorētiskie aspekti	7
1.1. Finanšu analīzes būtība, informācijas avoti un lietotāji.....	7
1.2. Finanšu analīzes veidi un metodes	10
1.3. Uzņēmuma maksātspēja	19
1.4. SVID analīze.....	23
2. Uzņēmuma SIA „German Products Baltics” finanšu stāvokļa novērtējums	26
2.1. Uzņēmuma SIA „German Products Baltics” raksturojums	26
2.2. Finanšu analīze SIA „German Products Baltics”	29
2.3. Maksātspējas analīze SIA „German Products Baltics”	43
3. SIA „German Products Baltics” novērtējums attiecībā pret konkurentiem un nozari.....	45
3.1. SIA „German Products Baltics” darbības nozaru un konkurentu raksturojums.....	45
3.2. SIA „German Products Baltics”, konkurentu un nozares rādītāji.....	50
3.3. SIA „German Products Baltics” SVID analīze un nākotnes perspektīvas.....	55
Secinājumi	59
Izmantotā literatūra un avoti.....	62
pielikumi	65
1. Pielikums. SIA „German Products Baltics” 2011.gada bilance un peļņas vai zaudējumu aprēķins	65
2. Pielikums. SIA „German Products Baltics” 2012.gada bilance un peļņas vai zaudējumu aprēķins	68

IEVADS

Finansiālās situācijas analīze jeb finanšu analīze ir viena no vadīšanas funkcijām, ar kuras palīdzību uzņēmuma vadītāji uzzina, cik efektīvi ir bijuši iepriekš pieņemtie finanšu lēmumi un no kādiem lēmumiem viņiem vajadzētu izvairīties nākotnē. Analīze dod iespēju salīdzināt savus rādītājus ar konkurentu rādītājiem un visas nozares rādītājiem, lai zinātu esošo vietu tirgū. To būtu ieteicams darīt katru gadu, lai varētu novērot tendences tirgū un konkurentos.

Tieši tāpēc iepriekš rakstītais arī akcentē diplomdarba „Uzņēmuma SIA „German Products Baltics” finansiālā situācija un attīstības novērtējums” aktualitāti.

Diplomdarba mērķis ir veikt uzņēmuma SIA „German Products Baltics” finansiālās situācijas izpēti, salīdzināt iegūtos rādītājus ar konkurentu un nozares rādītājiem un sniegt par to secinājumus un dot priekšlikumus uzņēmuma finansiālās situācijas uzlabošanai. Lai sasniegtu izvirzīto mērķi, ir jāveic šādi uzdevumi:

1. savākt un apkopot nepieciešamo informāciju;
2. izprast terminus, kas saistīti ar finanšu analīzi;
3. aprēķināt SIA „German Products Baltics” finanšu analīzes rādītāju balstoties uz gada pārskatiem;
4. raksturot SIA „German Products Baltics” galvenos konkurentus;
5. salīdzināt SIA „German Products Baltics”, konkurentu un nozares datus;
6. veikt SVID analīzi SIA „German Products Baltics”;
7. dot SIA „German Products Baltics” nākotnes novērtējumu;
8. sniegt secinājumus par SIA „German Products Baltics” finansiālo situāciju;
9. izstrādāt priekšlikumus finansiālās situācijas uzlabošanai.

Diplomdarba struktūra sastāv no trīs nodaļām, kur pirmajā nodaļā ir aprakstīta teorija, lai būtu skaidrs kas ir finanšu un SVID analīze un kā aprēķināt nepieciešamos finanšu rādītājus. Otrajā nodaļā ir raksturots pats uzņēmums un aprēķināti uzņēmuma SIA „German Products Baltics” finanšu rādītāji balstoties uz pirmās nodaļas teoriju. Trešajā nodaļā ir pētīti uzņēmuma, konkurentu un nozares rādītāji, lai iegūtu priekšstatu par uzņēmuma vietu tirgū un veikta uzņēmuma SVID analīze. Uz SVID, finanšu analīzes, konkurentu un nozares rādītāju salīdzināšanas pamata ir veikts uzņēmuma nākotnes novērtējums un perspektīvas.

Diplomdarbā ir izmantotas šādas pētījuma metodes:

1. Teorētiskā metode – literatūras, uzņēmuma informācijas un interneta avotu analīze, vispārīga pētāmā jautājuma teorētiskā priekšstata iegūšanai;

2. Empīriskā metode – uzņēmuma dokumentācijas (gada pārskatu, procedūru) pētīšana, lai iegūtu datus dažādu spriedumu veikšanai.
3. Statistiskās datu apstrādes metodes:
 - Iegūto datu kvantitatīvā un kvalitatīvā apstrāde, lai rādītāji būtu salīdzināmi;
 - Absolūto lielumu izteikšana relatīvajos lielumos.
4. Grafiskā metode.

Diplomdarba tēmas pētījuma periods ir SIA „German Products Baltics” gada pārskati no 2010. gada līdz 2012. gadam.

Autors savā darbā ir izmantojis vairākus izmantotās literatūras avotus. Galvenie no tiem – specializētās literatūras grāmatas, Lursoft datubāzes un SIA „German Products Baltics” gada pārskati un npublicējamā informācija.

1. FINANŠU UN SVID ANALĪZES TEORĒTISKIE ASPEKTI

1.1. Finanšu analīzes būtība, informācijas avoti un lietotāji

Finanšu analīze pēc savas būtības ir finanšu pārskatu informācijas izmantošana, lai novērtētu:

- Saimniecisko resursu un kapitāla struktūru, kā arī tās ietekmi uz finansiālo rezultātu;
- Uzņēmuma kapitāla pietiekamību un tā finansēšanas avotu pieejamību;
- Uzņēmuma darbības efektivitāti un pašu kapitāla pieaugumu.

Finanšu analīze kopumā veic finansiālās informācijas izpēti, lai sniegtu uzņēmuma pašreizējā stāvokļa un tā turpmākās attīstības iespēju objektīvu vērtējumu, tāpēc analīzes mērķis ir konstatēt un novērtēt faktorus, kas samazina uzņēmuma darbības rezultātus, pelnītspēju un destabilizē uzņēmuma finansiālo stāvokli [9, 365 – 366].

Finanšu analīzes mērķis ir:

- Vērtēt uzņēmuma pašreizējo finansiālo stāvokli salīdzinājumā ar iepriekšējiem periodiem;
- Vērtēt uzņēmumam vēlamos un reālos attīstības tempus, ņemot vērā finansiālo nodrošinājumu;
- Vērtēt un prognozēt uzņēmuma stāvokli kapitāla tirgū [8, 143];
- Noskaidrot iespējas un rezerves uzņēmuma darbības pilnveidošanai nākotnē [9, 365].

Finanšu analīze ir nepieciešama, lai noteiktu, cik efektīvi izmanto uzņēmuma rīcībā esošos finanšu resursus.

Informācijas avoti finanšu analīzē ir:

- Gada pārskats [9, 366; 370];

Gada pārskats kā vienots kopums sastāv no finanšu pārskata un vadības ziņojuma par sabiedrības attīstību pārskata gadā [1, 4. pants].

Finanšu pārskats kā kopums sastāv no bilances, peļņas vai zaudējumu aprēķina, naudas plūsmas pārskata, pašu kapitāla izmaiņu pārskata un pielikuma [1].

Bilance ir uz grāmatvedības reģistru datu pamata sastādīts pārskats, kurš atspoguļo finansiālo stāvokli noteiktā brīdī. Balance raksturo uzņēmuma stāvokli un atspoguļo uzņēmuma resursu naudas izteiksmē pēc to sastāva un izlietošanas

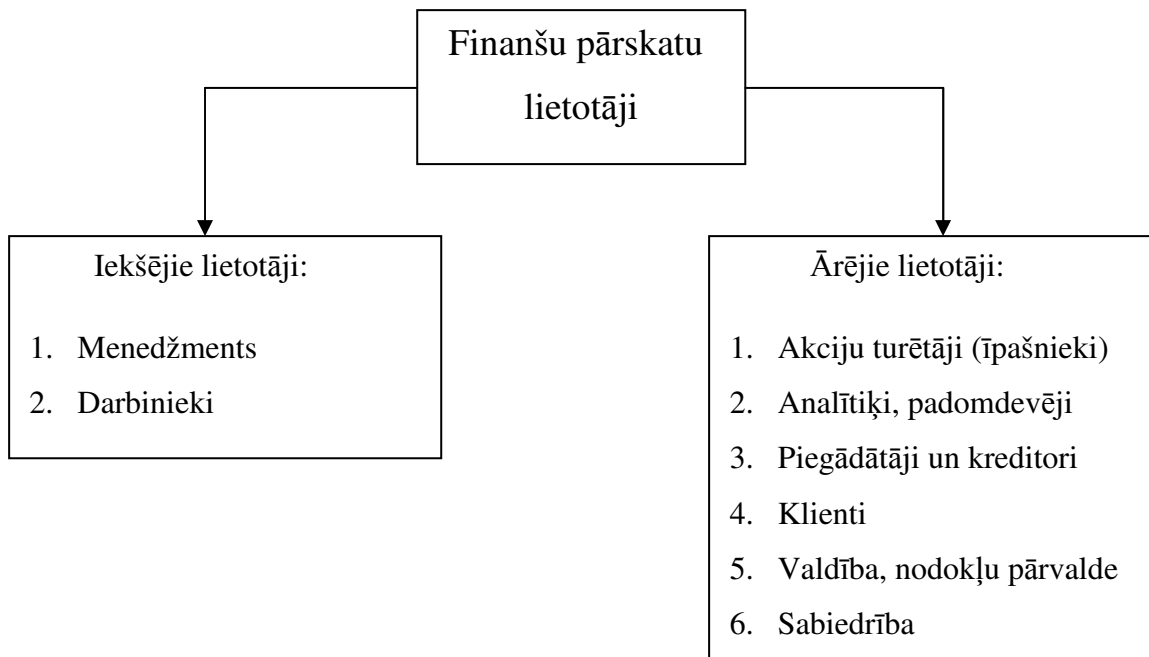
virzieniem (aktīvs), gan to finansēšanas avotiem (pasīvs). Bilances aktīvs satur ziņas par uzņēmuma rīcībā esošo līdzekļu sastāvu un izvietojumu konkrētā datumā (1. janvārī, 31. decembrī). Aktīva sadalīšanai posteņos par pamatu tiek ņemta līdzekļu likviditātes pakāpe – spēja līdzekļus pārvērst naudas līdzekļos. Tieši pēc šīs pazīmes arī notiek aktīvu sadalīšana divās galvenajās grupās: apgrozāmais kapitāls vai īstermiņa aktīvi un ilgtermiņa ieguldījumu vai ilgtermiņa aktīvi. Bilances pasīvs parāda uzņēmuma līdzekļu finansēšanas avotus pēc to mērķa, nozīmes un izmantošanas termiņa. Katram līdzekļu finansēšanas avotu veidam atbilst atsevišķs pasīva postenis. Bilances pasīvā ir divas daļas: pašu kapitāls un aizņemtā kapitāls.

Peļņas vai zaudējuma aprēķins jeb finansiālā rezultāta pārskats atspoguļo uzņēmuma ieņēmumus un izmaksas, kā arī noteikta perioda (parasti gada) laikā iegūto peļņu vai zaudējumus. Šo aprēķinu parasti sastāda vertikālā formā, tā sākuma punkts ir produkcijas realizācijas neto apgrozījums, bet noslēguma punkts - pārskata perioda peļņa vai zaudējumi, un eventuāli arī tās sadale. Šis pārskats parāda ar nodokli apliekamās peļņas daļu un rādītājus, kas šo daļu samazina vai palielina [12, 252 – 253].

- Statistiskā un pārskatu informācija;
- Likumdošanas un normatīvie akti;
- Plānu normatīvie dokumenti, ražošanas un finanšu plāna aprēķina rādītāji;
- Grāmatvedības un operatīvās uzskaites datu atšifrējumi, specializētās veidlapas u.c.;
- Kredīta institūciju, klientu, piegādātāju, dažādu partneru ziņas, novērojumi;
- Revīzijas komisiju, auditorpārbaužu avotu informācija u.c. [8, 142].

Finanšu pārskatu lietotājus var iedalīt divās lielās grupās:

1. Iekšējos informācijas lietotājos;
2. Ārējās informācijas lietotājos [7, 5].



1.1. att. Galvenie finanšu pārskatu lietotāji [7, 5]

Starptautiskie grāmatvedības standarti iedala visus finanšu pārskatu informācijas lietotājus šādās grupās:

1. Personas, kas tieši nodarbojas ar vadības jautājumiem uzņēmumā
2. Personas, kas atrodas ārpus uzņēmuma, un kurām ir tieša finansiāla ieinteresētība attiecīgā uzņēmuma saimnieciskajā un finansiālajā darbībā.
3. Fiziskas un juridiskas personas, kurām ir netieša ieinteresētība uzņēmuma darbībā.

Pirmajā grupā ir dažādu līmeņu vadītāji (menedžeri). Parasti viņi ir galvenie uzskaites datu izmantotāji, jo vadības lēmumu pieņemšanā balstās uz uzskaites informāciju. Vadītāji izmanto finanšu pārskatu informāciju, lai:

- Noteiktu uzņēmumam nepieciešamo resursu apjomu;
- Izvērtētu iepriekš pieņemto vadības lēmuma pareizību;
- Noteiktu dividenžu politikas pamatvirzienus;
- Sagatavotu budžetus un pārskatus, kas raksturo uzņēmuma attīstību nākotnē;
- Pieņemt lēmumu par uzņēmuma reorganizāciju, cita uzņēmuma iegādi vai saplūšanu ar citu uzņēmumu.

Otrajā grupā ir uzņēmumu esošie un potenciālie ieguldītāji (akciju vai daļu īpašnieki); esošie un potenciālie kreditori, tai skaitā piegādātāji, kā arī uzņēmuma darbinieki, pircēji un valsts par nodokļu maksājumiem. Akciju vai daļu īpašnieki, pamatojoties uz finanšu pārskatu datiem, nosaka, cik efektīvi attiecīgais uzņēmums darbojās pagātnē, kā arī prognozē tā

nākotnes perspektīvas, lai noteiktu ieguldītā kapitāla efektivitāti, t.i., pelnītspēju. Kreditori un citi darījumu partneri interesējas par uzņēmuma maksātspēju un tā iespējamiem finanšu riskiem.

Trešajā grupā ietilpst sabiedrība, kurai interesē uzņēmuma kā nodokļu maksātāja finansiālais stāvoklis un tā maksājumi valsts un pašvaldību budžetos [9, 369].

1.2. Finanšu analīzes veidi un metodes

Vadoties no izmantojamās informācijas veidiem, finanšu analīzi iedala ārējā un iekšējā finanšu analīzē. Ārējās finanšu analīzes informācijas bāze ir uzņēmuma finanšu pārskati, kurus izmanto, lai veiktu:

- Uzņēmuma likvīdspējas, maksātspējas, finansiālās stabilitātes un finansiālā stāvokļa analīzi;
- Peļņas absolūto un relatīvo rādītāju analīzi;
- Pašu un aizņemtā kapitāla izmantošanas efektivitātes analīzi;
- Maksātspējas vai iespējamā bankrota diagnostikas rādītāju analīzi.

Iekšējās analīzes procedūras paplašina finanšu analīzes rādītāju loku, jo tiek izmantota vadības grāmatvedības informācija, kas ļauj kompleksi vērtēt uzņēmuma darbības efektivitāti. Izmantojot gan finanšu, gan vadības grāmatvedības datus, ir iespējams analizēt:

- Atsevišķu produkcijas veidu pašizmaksu un kopējās pašizmaksas elementus;
- Salīdzināt produktu veidu faktisko pašizmaksu ar plānoto pašizmaksu un noteikt noviržu jeb izmaiņu cēloņus;
- Analizēt struktūrvienību darbības nepilnības un amatpersonu atbildības jomas.

Finansiālā stāvokļa analīzē pielieto šādas metodes:

- Pārskatu lasīšana;
- Vertikālā jeb struktūras analīze;
- Horizontālā jeb dinamikas analīze;
- Finanšu rādītāju (koeficientu analīze);
- Integrētā finanšu analīze [9, 370 – 374].

Pārskatu lasīšana ir pārskatos esošo absolūto rādītāju pētīšana. Pārskatu lasīšanā svarīga katra pārskatu posteņa satura izpratne, tā novērtēšana sasitībā ar lomu, uzņēmuma darbību un citiem posteņiem, posteņu izmaiņu raksturu un šo izmaiņu ietekmi uz uzņēmuma

ekonomiku. Pārskatu lasīšanā ir jāizprot bilances savstarpējās sakarības, no kurām galvenās ir šādas:

1. Bilances aktīvu visu sadaļu summa ir vienāda ar pasīvu sadaļu summu;
2. Pašu kapitāla summa pārsniedz ilgtermiņa ieguldījumu summu;
3. Apgrozāmo līdzekļu summa ir lielāka par īstermiņa saistībām.

Lietojot pārskatu lasīšanas metodi, ir jāņem vērā vairāki ierobežojumi:

- Bilance atspoguļo uzņēmuma aktīvu un pasīvu stāvokli noteiktā datumā, bet nesniedz atbildi uz jautājumu par to, kāpēc ir izveidojies šāds stāvoklis;
- Bilances rādītāju interpretācija ir iespējama, tikai piesaistot tam apgrozījuma vai pārdošanas apjomu datus. Izdarīt secinājumus par to, cik lielas vai mazas ir katra bilances posteņa summas, var tikai pēc to salīdzināšanas ar atbilstošām apgrozījuma summām;
- Pēc bilances rādītājiem var aprēķināt visdažādākos rādītājus, bet to novērtēšanai ir nepieciešami salīdzinājumi ar nozares vidējiem rādītājiem.

Finanšu pārskatu lasīšana jāveic noteiktā secībā:

1. Bilances posteņu, pielikumu un to atbilstības pētīšana;
2. „kritiskāko” posteņu noskaidrošana (zaudējumi, laikā nenokārtotas saistības, augsts debitoru parādu līmenis attiecībā pret aktīviem, augsts saistību līmenis salīdzinājumā ar debitoru līmeni);
3. Bilances un peļņas pārskata atbilstības pārbaude (pēc nesadalītās peļņas, rezervju veidošanas summām);
4. Peļņas pārskatu posteņu pētīšana un salīdzināšana ar pielikumiem [12, 250 – 251].

Vertikālā jeb struktūras analīze dod iespēju analizēt pētāmā objekta struktūras pārmaiņas laika gaitā, ar to saprot:

1. Katra atsevišķa rādītāja sastāvdaļu pētīšanu un to izmaiņu tendenču noteikšanu;
2. Rādītāju sastāvdaļu izmaiņu lielumu noteikšanu kopējā noviržu lielumā [4, 162].

Bilances vertikālo analīzi izpilda, aprēķinot katra bilances posteņa īpatsvaru gan aktīva, gan pasīva posteņiem. Bilances aktīva vai pasīva attiecīgā posteņa īpatsvaru aprēķina, izdalot tā absolūto lielumu ar aktīva vai pasīva kopsummu un rezultātu izsakot procentos. Ja vertikālo analīzi veic peļņas vai zaudējumu aprēķinam, tad visus aprēķina posteņu īpatsvarus vēlams izteikt procentos no neto apgrozījuma kopsummas. Vertikālā analīze raksturo un atklāj:

- Bilances un peļņa svai zaudējumu aprēķina rādītāju struktūru;
- „problemātiskos” rādītājus, kurus vēlams pārbaudīt detalizēti [9, 375 – 376].

Bilances horizontālā analīze papildina iepriekš veikto vertikālo analīzi. Tiek noteiktas atsevišķu bilances posteņu izmaiņas absolūtā un arī relatīvā izteiksmē (procentos). Tiek

salīdzināti pārskata perioda rādītāji ar iepriekšējo periodu vai kādiem citiem bāzes rādītājiem [8, 146].

Finanšu koeficientu analīze ir viena no sarīgākajām finanšu pārskatu analīzes jomām, kura nodrošina iespēju iegūt nepieciešamo informāciju uzņēmuma saimnieciskās darbības novērtēšanai, secinājumu veikšanai un rekomendācij izstrādāšanai. Finanšu analīzē izmantojamus relatīvos rādītājus, kurus sauc par finanšu koeficientiem, iedala 5 grupās:

- Likviditātes rādītāji;
- Aktivitātes rādītāji;
- Finansiālās stabilitātes rādītāji;
- Finanšu parāda seguma rādītāji;
- Rentabilitātes rādītāji [9, 377].

Uzņēmuma likviditātes analīze nozīmē finansiālās stabilitātes noteikšanu. Likviditāte ir uzņēmuma spēja jebkurā laikā atmaksāt savas īstermiņa saistības. Šī spēja ir atkarīga no attiecības starp uzņēmuma rīcībā esošiem maksāšanas līdzekļiem un finansiālām saistībām [8, 156. lpp.].

Likviditātes rādītāji:

$$1. \text{ Absolūtās likviditātes koeficients} = \frac{\text{naudas līdzekļi} + \text{īstermiņa vērtspapīri}}{\text{īstermiņa saistības}} \quad [1.1.]$$

Tā kā naudas līdzekļi un īstermiņa vērtspapīri ir visvieglāk pārvēršami naudā, šo apgrozāmo līdzekļu daļas attiecību pret īstermiņa saistībām sauc par absolūtās likviditātes koeficientu. Normālas saimniekošanas apstākļos šis rādītājs svārstās 0.1 – 0.7 robežās, jo augstāka šī likviditāte, jo uzņēmums stabilāks. Taču dažreiz tas var arī nozīmēt nevis to, ka uzņēmums ir stabils, bet gan to, ka uzņēmuma rīcībā ir vairāk naudas, nekā to spēj efektīvi izmantot [8, 157. lpp.].

$$2. \text{ Likviditātes starpseguma koeficients} = \frac{\text{naudas līdzekļi} + \text{īstermiņa vērtspapīri} + \text{debitoru parādi}}{\text{īstermiņa saistības}} \quad [1.2.]$$

Likviditātes starpseguma koeficientu ļoti ietekmē ražošanas krājumos ieguldītā nauda. Arī debitorsaistību pārvēršana skaidrā naudā prasa ievērojami ilgu laiku. Debitorsaistību iekasēšanu ietekmē maksājuma dokumentu apgrozības ātrums, noformēšana, pircējam komerc kredīta piešķiršanas laiks, maksātspēja u.c. nosacījumi. Šī koeficienta zemākā robeža ir 0.8 – 1.0.

$$3. \text{ Kopējais likviditātes starpseguma koeficients} = \frac{\text{naudas līdzekļi} + \text{īstermiņa finansu ieguldījumi} + \text{debitorsaistības} + \text{krājumi}}{\text{īstermiņa saistības}} \quad [1.3.]$$

Vēlamās šī koeficienta robežas ir 1 – 2. Ja šis koeficients ir zemāks par 1, uzņēmumam ir kritisks finansiālais stāvoklis, tas darbojas liela riska apstākļos [8, 156 – 158].

Efektivitātes (aktivitātes) rādītāji. Apgrozāmais kapitāls (apgrozāmie līdzekļi) nodrošina ražošanas procesa nepārtrauktību un ir saimniecisko darbību galvenā sastāvdaļa, kas veido naudas līdzekļu izdevumus un ieņēmumu plūsmu.

Apgrozāmā kapitāla izmantošanas efektivitāti ietekmē divi faktori:

- Apgrozāmo līdzekļu struktūra, kura parāda ražošanas – komerc ciklā iesaistīto apgrozāmo līdzekļu veidu proporcijas;
- Apgrozāmo līdzekļu aprites ilgums jeb to aprites ātrums attiecīgā pārskata periodā.

Apgrozāmā kapitāla izmantošanas efektivitātes analīzei un vērtēšanai izmanto rādītājus, kuri parāda apgrozāmajos aktīvos ieguldīto naudas līdzekļu aprites (riņķojuma) kopējo ilgumu, katra apgrozāmo aktīvu elementa aprites ilgumu, kā arī kopējā apgrozāmā kapitāla un tā elementu aprites ātrumu.

Minēto rādītāju analīzes mērķis ir:

- Novērtēt uzņēmuma likviditāti, t.i., spēju savlaicīgi apmaksāt īstermiņa saistības;
- Novērtēt avansētā kapitāla izmantošanas efektivitāti;
- Noteikt atsevišķu apgrozāmo līdzekļu elementu pietiekamību vai deficītu.

Apgrozāmo līdzekļu aprites rādītāju noteikšanai izmanto šādu pārskatu informāciju:

- Uzņēmuma bilanci, kura nodrošina datus par apgrozāmo aktīvu (apgrozāmo līdzekļu) veidu atlikumiem uz noteiktu pārskata datumu;
- Peļņas (zaudējumu) aprēķinu, kas sniedz informāciju par uzņēmējdarbības ieņēmumiem un izmaksām;
- Krājumu patēriņa analītiskās uzskaites datus.

Naudas līdzekļu apgrozījuma kopējo laiku un aprites ātrumu aprēķina, izmantojot komerc cikla atsevišķo posmu rādītājus. Naudas līdzekļu apgrozījuma veidošanā nozīmīga loma ir krājumu lielumam, to sastāvam un aprites ātrumam. Tādēļ aprēķinos īpaši izdala krājumu veidus un to aprites laika posmus. Krājumu aprites kopējo laiku veido:

- Izejvielu un materiālu aprites laiks, kurš izsaka izejvielu un materiālu sagādes laiku un to atrašanās ilgumu uzņēmuma noliktavās pirms to izsniegšanas ražošanas vajadzībām;

- Nepabeigtās produkcijas krājumu aprites laiks, kas faktiski ir ražošanas tehnoloģiskā procesa laiks, kurā izejvielas un materiāli pārtop par gatavo produkciju;
- Gatavās produkcijas krājumu apgrozības laiks ir laika posms no gatavās produkcijas nodošanas brīža noliktavā līdz tās pārdošanai (nosūtīšanai pircējam) [9, 384 – 386].

Visu apgrozāmo aktīvu aprites kopējais ilgums ir laiks, kurā krājumos, debitoru un piegādātāju kredītos esošie līdzekļi pārvēršas naudas formā, veidojot gan sistemātiskas naudas izmaksas, gan arī iemaksas.

Apgrozāmo aktīvu kopējo aprites laiku nosaka ar sakarību:

Apgrozāmo aktīvu kopējais aprites laiks = krājumu aprites laiks + debitoru summu aprites laiks – kreditoru summu aprites laiks.

Katrai no minētās sakarības sastāvdaļām ir atsevišķi jāaprēķina aprites laiks, jo līdzekļu apritē ir iesaistīti atšķirīgi apgrozāmo līdzekļu elementi, kuru aprite notiek konkrētā komercicikla posmā. Aprites laiku par konkrēto pārskata periodu aprēķina kā kalendāro dienu skaitu.

Aprēķinot debitoru parādu inkasācijas laiku, jāievēro, ka realizētās produkcijas ieņēmumi (neto apgrozījums) peļņas vai zaudējumu aprēķinā ir uzrādīti bez pievienotās vērtības nodokļa (PVN), bet bilancē uzrādītie debitoru parādi ietver PVN. Tāpēc inkasācijas laika noteikšanas sakarībā izmantotiem rādītājiem jāveic korekcijas, tas nozīmē, ka nepieciešams vai nu samazināt debitoru summu par aprēķināto PVN vai palielināt ieņēmumus par tiem atbilstošo PVN summu.

Apgrozāmo aktīvu izmantošanas intensitātes (aktivitātes) kontrolei izmanto arī aprites ātruma rādītājus, kurus aprēķina koeficientu veidā. Attiecīgā rādītāja koeficienta lielums rāda, cik aprites (riņķojumus) analizējamā periodā ir veicis attiecīgais apgrozāmā aktīva elements. Kopējais aktīvu aprites koeficients parāda, cik reizes aktīvi analizējamā periodā no pārdotajām precēm pārvēršas par ieņēmumiem.

Tā kā naudas līdzekļu rezervju lielumu ietekmē apgrozāmo aktīvu sastāvs un to aprites ātrums, tad uzņēmuma maksāspēja ir saistīta ar apgrozāmo līdzekļu aktivitātes rādītāju un to sastāvdaļu izmaiņu pastāvīgu kontroli un analīzi. Apgrozāmo līdzekļu aktivitātes galvenais rādītājs ir to aprites ātrums. Apgrozāmo līdzekļu aprites ātrumu izsaka:

- Ar aprites koeficientu, kas parāda, cik aprites ciklus($N-N_1$) attiecīgā pārskata periodā ir veicis apgrozāmajos līdzekļos ieguldītais kapitāls;
- Vai ar aprites perioda ilgumu, kas parāda apgrozāmo līdzekļu riņķojuma kalendāro dienu skaitu attiecīgā pārskata periodā [9, 386 – 389].

Apdrozāmo līdzekļu veidu aprites ātruma un aprites ilguma aprēķina sakarības [9, 385]

Finanšu cikla posmi	Aprites ātruma aprēķina algoritms (koeficients)	Aprites perioda ilguma aprēķins (kalendāro dienu skaits)
Izejvielas, materiāli	$\frac{\text{izejvielu, materiālu patēriņš}}{\text{krājumu vid(izejv. mat.)}}$	$\frac{\text{pārskata perioda kal. dienu skaits}}{\text{izejvielu, materiālu aprites koeficients}}$
Nepabeigtie ražojumi	$\frac{\text{ražošanas pašizmaksa}}{\text{krājumi vid(nep. raž)}}$	$\frac{\text{pārskata perioda kal. dienu skaits}}{\text{nepabeigto ražojumu aprites koeficients}}$
Gatavā produkcija	$\frac{\text{pārdotās produkcijas pašizmaksa}}{\text{krājumi vid(gat. prod.)}}$	$\frac{\text{pārskata perioda kal. dienu skaits}}{\text{gatavās produkcijas aprites koeficients}}$
Debitori	$\frac{\text{neto apgrozījums}}{\text{debitori vid}}$	$\frac{\text{pārskata perioda kal. dienu skaits}}{\text{debitoru aprites koeficients}}$
Piegādātāju kredīts	$\frac{\text{iepirkto izejvielu, materiālu vērtība}}{\text{piegādātāju kredīts (vid.)}}$	$\frac{\text{pārskata perioda kal. dienu skaits}}{\text{piegādātāju kredīta apmaksas koeficients}}$

Jo lielāks ir attiecīgā apdrozāmo līdzekļu veida aprites ātrums jeb aprites koeficients, jo mazāks ir to aprites laiks un mazāks kapitāla iesaldēšanas periods apdrozāmajos līdzekļos, kas liecina par kapitāla intensīvāku izmantošanu.

Galvenie iemesli, kuri samazina naudas ātrumu un uzņēmuma maksātspēju, ir:

- Avansētais kapitāls ražošanas krājumos ir ieguldīts, neveicot ekonomiski pamatotus aprēķinus;
- Nevajadzīgi gatavās produkcijas uzkrājumi pieprasījuma samazināšanās rezultātā;
- Debitoru parādu pieaugums un naudas rezervju samazināšanās.

Apdrozāmo līdzekļu izmantošanas efektivitāti var nodrošināt:

- Paātrinot apdrozāmo līdzekļu apriti jeb samazinot aprites ilgumu;
- Palielinot neto apgrozījumu [9, 384 – 389]

Finansiālās stabilitātes rādītāju analīzes mērķis ir kontrolēt uzņēmuma finansiālo stabilitāti un novērtēt finansiālā riska līmeni. Finansiālo stabilitāti ietekmē aktīvu finansēšanai piesaistītie finanšu avoti. Analizējot uzņēmuma finansiālo stabilitāti, nosaka četrus finansiālā stāvokļa stabilitātes veidus:

1. Absolūta finansiāla stabilitāte ir tad, ja krājumi pilnībā ir segti ar pašu apgrozāmajiem līdzekļiem, kas liecina par augstu maksāspēju. Taču praksē šāda situācija sastopama diezgan reti un nav uzskatāma par normālu tāpēc, ka uzņēmums saimnieciskajā darbībā neizmanto aizņemtus līdzekļus.
2. Normāla finansiālā stabilitāte ir tad, ja pašu apgrozāmie līdzekļi un īstermiņa aizņemtie līdzekļi pilnībā sedz krājumu vērtību. Tas nozīmē, ka pašu un aizņemtie līdzekļi ir saprātīgi izmantoti. Apgrozāmajiem aktīviem ir jābūt lielākiem par īstermiņa parādiem, lai nodrošinātu normālu maksāspēju.
3. Nenoturīga finansiālā stabilitāte ir tad, ja krājumu iegādei ir izmantoti pašu apgrozāmie līdzekļi, kā arī ilgtermiņa un īstermiņa aizņēmumi. Tādos gadījumos veidojas maksāspējas problēmas.
4. Kritiska finansiālā stabilitāte ir tad, ja uzņēmums noteiktajos termiņos nespēj veikt norēķinus ar piegādātājiem un citiem kreditoriem [9, 389].

Uzņēmuma finansiālās stabilitātes analīzei un vērtēšanai pielieto arī šādus rādītājus:

1. Finansiālās neatkarības jeb autonomijas rādītājs raksturo uzņēmuma finansiālās drošības līmeni, kuru izsaka kā pašu kapitāla īpatsvaru no kopējā kapitāla.

$$\text{Finansiālās neatkarības (autonomijas)rādītājs} = \frac{\text{Pašu kapitāls}}{\text{Kopējais kapitāls}} \quad [1.4.]$$

2. Finansiālās atkarības rādītāja lielums izsaka parādu īpatsvaru no kopējiem finansēšanas avotiem. Jo parādu īpatsvars ir augstāks, jo atkarība no kreditoriem ir lielāka, tas nozīmē gan procentu maksājumu pieaugumu, gan arī dzēšamā kredīta summu pieaugumu. Aizņemtā kapitāla īpatsvara pieaugums pierāda finansiālās neatkarības samazināšanos.

$$\text{Finansiālās atkarības rādītājs} = \frac{\text{Aizņemtais kapitāls}}{\text{Kopējais kapitāls}} \quad [1.5]$$

3. Finanšu sviras jeb finansiālā riska rādītājs raksturo aizņemtā kapitāla līmeni, salīdzinot ar pašu kapitālu. Finanšu speciālisti uzskata, ja rādītājs ir līdzvērtīgs 1, tad uzņēmumam finansiālā drošība ir apdraudēta, jo aizņemtā kapitāla lielums ir identisks pašu kapitālam. Jo lielāks finanšu riska koeficients, jo lielāks kreditoru risks.

$$\text{Finansiālās sviras (finanšu riska) rādītājs} = \frac{\text{Aizņemtais kapitāls}}{\text{Pašu kapitāls}} \quad [1.6.]$$

Finanšu parāda seguma rādītāji ir svarīgi izsniedzot kredītus uzņēmumiem, jo bankas un citi kreditori pārbauda kredītņēmēja spēju segt maksājamos procentus un dzēst aizņēmumus. Kreditoru parāda seguma analīzei izmanto šādus rādītājus:

1. Procentu maksājumu segums

$$\text{Procentu maksājumu segums} = \frac{\text{Peļņa pirms procentu maksājumiem un nodokļiem}}{\text{Maksājамie procenti}} \quad [1.7.]$$

Rādītājs raksturo peļņas lieluma pietiekamību procentu maksājumiem, kas aprēķināta pirms procentu un nodokļu atskaitīšanas. Kritērijs: rādītājam jābūt lielākam par 3, lai uzņēmums varētu saņemt nākamo kredītu.

2. Kopējā aizdevuma segums

$$\text{Kopējā aizdevuma segums} = \frac{\text{Peļņa pirms procentu maksājumiem un nodokļiem}}{\text{Maksājami procenti} + \frac{\text{dzēšamais kredīts}}{1 - \text{UieN likme}}} \quad [1.8.]$$

Rādītājs raksturo peļņas pietiekamību visu kredītsaistību apmaksai, kas aprēķināta pirms % un nodokļu atskaitīšanas. Kritērijs: rādītājam jābūt lielākam par 2.5, lai uzņēmumam banka izsniegtu nākamo kredītu [9, 382 – 390].

Rentabilitāti raksturo un vērtē trīs aspektos:

1. Komerciālā;
2. Ekonomiskā;
3. Finansiālā.

Komerciālā aspektā redzams, cik daudz peļņas uzņēmums ieguvīs uz neto apgrozījuma vienību. Ekonomiskais aspekts raksturo, cik peļņas uzņēmums ieguvīs uz uzņēmuma aktīvu vienību. Finansiālais aspekts rāda peļņas daudzumu, ko uzņēmuma īpašnieki ieguvuši uz uzņēmuma aktīvu vienību [8, 168].

Komerciālo rentabilitāti iedala:

1. Realizācijas rentabilitāte (R_r) ir finansiālā rezultāta attiecība pret apjoma rādītāju, jeb – cik peļņas dod katra neto apgrozījuma vienība.

$$R_r = \frac{P}{NA} * 100 \quad [1.9.]$$

kur R_r – realizācijas rentabilitāte;

P – pārskata perioda tīrā peļņa, latos;

NA – neto apgrozījums, latos.

Realizācijas rentabilitāte bieži vien paaugstinās ar apgrozījuma pieaugumu, kas var būt saistīts ar cenu pazemināšanos. Līdzās cenu pazeminājumam var būt arī fiziskās realizācijas apjoma palielināšanas, mainoties tirgus situācijai. Turklāt realizācijas rentabilitāti var paaugstināt, pazeminot ražošanas izmaksas (iegādājoties jaunus, efektīvus ražošanas līdzekļus, lētākas izejvielas).

2. Operatīvās darbības rentabilitātes rādītāju izmanto, lai mērītu uzņēmuma produkcijas ražošanas un realizācijas efektivitāti ienākuma radīšanā.

$$R_o = \frac{\text{peļņa pirms procentu un nodokļu atskaitīšanas}}{\text{neto apgrozījums}} \quad [1.10.]$$

kur R_o – operatīvās darbības rentabilitāte.

3. Bruto peļņas rentabilitātes rādītāji dod iespēju aprēķināt, kādā mērā neto apgrozījuma pārmaiņas ietekmē bruto peļņas lielumu. Bruto peļņas koeficientu var izmantot, plānojot uzņēmējdarbības politiku. Bruto peļņu vai zaudējumus no apgrozījuma aprēķina kā starpību starp posteņos „Neto apgrozījums” un „Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas” uzrādītajiem skaitļiem.

$$R_b = \frac{\text{bruto peļņa}}{\text{neto apgrozījums}} \quad [1.11.]$$

kur R_b – bruto peļņas rentabilitāte.

Ekonomiskā jeb investīciju rentabilitāte raksturo, cik efektīvi tiek izmantoti aktīvi peļņas radīšanā. Visbiežāk lietotais rādītājs ir investīciju rentabilitāte (R_i).

$$R_i = \frac{\text{peļņa pirms procentu un nodokļu atskaitīšanas}}{\text{aktīvu vidējais atlikums}} \quad [1.12.]$$

kur R_i – investīciju rentabilitāte.

Aktīvu vidējo atlikumu aprēķina summējot aktīvu atlikumu gada sākumā un gada beigās un dalot ar 2.

Finansiālā rentabilitāte rāda, cik peļņas ieguvuši uzņēmuma īpašnieki uz ieguldītā kapitāla vienību. Finansiālās rentabilitātes raksturošanai izmanto kopkapitāla un pašu kapitāla rentabilitātes rādītājus.

1. Kopkapitāla rentabilitāte rāda, kāda būtu bijusi peļņa, ja viss iesaistītais kapitāls būtu pašu. Bet šeit nav redzams, kāda peļņas daļa gūta, izmaksājot aizņemto kapitālu. Ir redzami tikai maksājami procenti par svešā kapitāla izmantošanu.

$$R_k = \frac{\text{gada tīrā peļņa} + \text{maksājami procenti}}{\text{kopkapitāla vidējā summa}} \quad [1.13.]$$

kur R_k – kopkapitāla rentabilitāte.

2. Pašu kapitāla rentabilitāte rāda (R_p) rāda, cik daudz peļņas uzņēmumā iegūts uz katru īpašnieka ieguldīto latu. Īpašnieku skatījumā šis ir pats svarīgākais rentabilitātes rādītājs.

$$R_p = \frac{\text{gada peļņa}}{\text{pašu kapitāla summa}} * 100 \quad [1.14.]$$

kur R_p – pašu kapitāla rentabilitāte [8, 168 – 173].

1.3. Uzņēmuma maksātnespēja

Ja maksātnespēja tiek definēta saistībā ar naudas plūsmu, tas nozīmē uzņēmuma nespēju apmaksāt īstermiņa saistības. Īstermiņa saistību sastāvā ir parādi piegādātājiem un darbiniekiem, faktiskie vai potenciālie zaudējumi tiesu prāvās un nokavēti aizdevumi vai procentu maksājumi saskaņā ar aizdevuma līgumu. Šajā gadījumā kreditoriem ir tiesības pieprasīt uzņēmuma pārveidošanu, ja aizdevuma līgums no aizņēmēja puses netiek pildīts. Maksātnespēja, interpretējot saistībā ar kapitālu, tiek definēta kā uzņēmums ar negatīvu pašu kapitālu – aktīvu kopsumma ir mazāka par saistību kopsummu [13, 12 – 13].

Par to, ka uzņēmumā ir radušās problēmas, var spriest pēc šādiem ar uzņēmuma vadīšanu saistītiem simptomiem:

- Uzņēmuma vadītāju nespēja skaidri formulēt tā stratēģiskos darbības virzienus un konkurences priekšrocības;
- Nespēja plānot uzņēmuma darbību;
- Uzņēmumā pasliktinājusies vadības uzskaitē un kontrole;
- Pazaudēti vai „nejauši” iznīcināti grāmatvedības dokumenti;
- No bankām tiek ņemti negaidīti un neparasti kredīti „apgrozāmo līdzekļu finansēšanai”, bet apgrozījums krītas;
- Norēķinu kontu atvēršana citās bankās;
- Regulāro piegādātāju prasība pēc vispusīgas kredītspējas informācijas;
- Nespēja izpildīt pircēju pasūtījumus u.c. līguma saistības;
- Uzņēmumam neizdevīgas pircēju kreditēšanas politikas izmaiņas;
- Negaidītas pārmaiņas uzņēmuma vadības augstākajos līmeņos;
- Negaidīta uzņēmuma īpašnieku maiņa;
- Būtiskas izmaiņas vadošo darbinieku uzvedībā, ieradumos vai dzīvesveidā;
- Neefektīva personāla izmantošana;
- Konfliktu rašanās uzņēmuma iekšienā u.c. simptomi [12, 365].

Latvijā kopš 2008. gada maksātnespējas procesu un bankrota procedūru regulē „Maksātnespējas likums”, kas nomaina 1996. gada 12. septembrī pieņemto Latvijas Republikas likumu „Par uzņēmumu un uzņēmēj sabiedrību maksātnespēju”. Juridiskās personas maksātnespējas procesu piemēro attiecībā uz juridisko personu, personālsabiedrību, individuālo komersantu, ārvalstī reģistrētu personu, kas veic pastāvīgu saimniecisko darbību Latvijā, un Maksātnespējas likumā noteiktiem speciāliem subjektiem (turpmāk – parādnieks).

Parādniekam piemēro juridiskās personas maksātnespējas procesu, ja ir kāda no šādām juridiskās personas maksātnespējas procesa pazīmēm:

1. piemērojot piespiedu izpildes līdzekļus, nav bijis iespējams izpildīt tiesas nolēmumu par parāda piedziņu no parādnieka;
2. parādnieks – sabiedrība ar ierobežotu atbildību vai akciju sabiedrība – nav nokārtojis vienu vai vairākas parādsaistības, no kurām pamatparāda summa atsevišķi vai kopā pārsniedz 3000 latu un kurām ir iestājies izpildes termiņš, un kreditors vai kreditori ir izsnieguši vai nosūtījuši uz parādnieka juridisko adresi sūtītāja apmaksātu brīdinājumu par savu nodomu iesniegt juridiskās personas maksātnespējas procesa pieteikumu, un parādnieks triju nedēļu laikā pēc brīdinājuma nodošanas pasta komersantam nav samaksājis parādu vai nav cēlis pamatodus iebildumus pret prasījumu;
3. parādnieks nav pilnībā izmaksājis darbiniekam darba samaksu, kaitējuma atlīdzību sakarā ar nelaimes gadījumu darbā vai arodslimību vai nav veicis sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas divu mēnešu laikā no izmaksai noteiktās dienas. Ja darba līgumā nav noteikta darba samaksas izmaksas diena, uzskatāms, ka šī diena ir nākamā mēneša pirmā darbdiena;
4. parādnieks nespēj nokārtot parādsaistības, kurām iestājies izpildes termiņš;
5. saskaņā ar likvidācijas sākuma finanšu pārskatu parādniekam nepietiek aktīvu, lai apmierinātu visus pamatotos kreditoru prasījumus, vai arī šis apstāklis atklājas likvidācijas gaitā [2].

Autora apskatītās pazīmes ir attiecināmas uz SIA (Sabiedrību ar ierobežotu atbildību), jo darbā tiek analizēts uzņēmums, kuram juridiskā forma ir SIA.

E. Altmans izstrādāja iespējamā bankrota prognozēšanas modeli, izmantojot finanšu koeficientus dažādās kombinācijās un vienu no statistikas metodēm – saliktās diskriminanta analīzes metodi. Analīzei tika atlasīti 22 dažādi finanšu koeficienti. Visi koeficienti ir iedalīti četrās grupās pēc to nozīmes:

1. likviditāte;
2. rentabilitāte;
3. maksātspēja;
4. aktivitāte.

Bankrota prognozēšanas modelis tika veidots pēc principa – no katras koeficientu grupas atlasīts viens koeficients, kas uzrādīja vislielāko atšķirību starp bankrotējušām un nebankrotējušām firmām. Rezultātā tika izveidots bankrota prognozēšanas modelis – Z funkcija:

$$Z=0.012X_1 + 0.14X_2 + 0.033X_3 + 0.006X_4 + 0.999X_5$$

Vēlāk E. Altmans izstrādāja Z bankrota prognozēšanas modeļa modifikācijas Z' un Z'', kuru modifikācijas ir paredzētas tādiem uzņēmumiem, kuru akcijas netiek kotētas fondu biržās:

- Z' – lieliem ražošanas uzņēmumiem;
- Z'' – mazie uzņēmumiem dažādās nozarēs.

Autora apskatītais uzņēmums SIA „German Products Baltics” ir mazs uzņēmums, tāpēc tālāk tiks apskatīts E. Altmaņa Z' modelis.

$$Z'' = 6.56X_1 + 3.26X_2 + 6.72X_3 + 1.05 X_4, \text{ kur}$$

Z'' – prognozēšana indekss

X₁ = darba kapitāls/aktīvi

X₂ = nesadalītā peļņa/aktīvi

X₃ = peļņa pirms procentiem un nodokļiem/aktīvi

X₄ = pašu kapitāls/saistības [13, 115, 121].

1.2. tabula

Z'' indeksa bankrota novērtēšanas skala [13, 121]

Z'' indekss	Bankrota varbūtība	Komentāri
Līdz 1.10	Ļoti augsta	Tikai radikālas pārmaiņa svar uzlabot uzņēmuma finansiālo stāvokli, piesaistīt līdzekļus no kredītiestādēm ir pilnīgi bezcerīgi, jo ir skaidri redzams, ka pēc neilga laika uzņēmums būs maksātnespējīgs
1.10 – 2.59	Pastāv iespējamība	Uzņēmumam ir radušās zināmas problēmas, bet uzņēmuma vadībai ir iespējas tās laikus novērst
Virs 2.60	Ļoti zema	Kredīta devējiem nav jāveic pārāk sāka uzņēmuma finansiālā stāvokļa analīze, tuvākajā laikā bankrots uzņēmumam nedraud

Dž. Fulhemers izstrādāja šādu bankrota prognozēšanas modeli:

$$H = 5.528V_1 + 0.212V_2 + 0.073V_3 + 1.27V_4 - 0.120V_5 + 2.335V_6 + 0.575V_7 + 1.08V_8 + 0.894V_9 - 6.075, \text{ kur}$$

V₁ = nesadalītā peļņa/aktīvi;

Raksturo akumulēto uzņēmuma ienesīgumu. Jo augstāks rādītājs, jo lielāka varbūtība, ka uzņēmums nebankrotēs. Rādītājs iekļauj šādus faktoros: uzņēmuma vecums, dividenžu politika un iepriekšējo gadu ienesīgums.

V₂ = neto apgrozījums/aktīvi;

Aktīvu aprites rādītāju lieto kā vispārīgu aktivitātes rādītāju, kas parāda, kā uzņēmuma aktīvus izmanto neto apgrozījuma veidošanā. Kā saprotams, jo lielāka aprīte, jo mazāka iespēja uzņēmuma bankrotēt.

V_3 = peļņa pirms nodokļiem/pašu kapitāls;

Šis rentabilitātes rādītājs novērš nodokļu ietekmi uz saimnieciskās darbības rezultātiem un norāda – jo augstāka rentabilitāte, jo mazāka iespēja uzņēmumam bankrotēt.

V_4 = naudas plūsma/saistības;

Jo lielāka attiecība neto naudas plūsmai pret saistībām, jo mazāka iespēja uzņēmumam bankrotēt. Šis lielums bieži tiek raksturots kā svarīgākais rādītājs uzņēmuma bankrota prognozēšanā.

V_5 = saistības/aktīvi;

No maksātspējas rādītājiem šis rādītājs tiek identificēts kā visefektīvākais indikators, kas liecina par finansiālām problēmām mazos uzņēmumos, jo augstāks saistību rādītājs, jo lielāka iespēja uzņēmuma bankrotēt.

V_6 = īstermiņa saistības/aktīvi;

Jo augstāks rādītājs, jo lielāka iespēja uzņēmumam bankrotēt. Tas nav rezultāts, bet gan varbūtība.

V_7 = pamatlīdzekļi/aktīvi;

Rādītājs raksturo uzņēmuma lielumu. Rezultāts liecina, ka lielākiem uzņēmumiem ir mazāk iespēja bankrotēt.

V_8 = darba kapitāls/saistības;

Tas ir likviditātes rādītājs. Parasti uzņēmumam rodas finansiālas grūtības, piedzīvojot darba kapitāla samazināšanos.

V_9 = peļņa pirms nodokļiem un procentu maksājumiem/procentu maksājumi

Tas ir svarīgs rādītājs, prognozējot iespējamo uzņēmuma bankrotu – jo augstāks seguma koeficients, jo mazāka iespēja uzņēmumam bankrotēt.

Rādītāja H kritiskais punkts ir 0, tas nozīmē: ja uzņēmumam aprēķinātā H vērtība ir mazāka par 0, tad pastāv liela maksātspējas varbūtība, bet, jo augstāka ir H vērtība, jo labāks ir uzņēmuma finansiālais stāvoklis un līdz ar to mazāka bankrota varbūtība [13, 112 – 157].

1.4. SVID analīze

SVID (SWOT) analīze ir veids kā apkopot organizācijas stiprās un vājās puses attiecībā pret ārējās vides iespējām un draudiem. Kamēr analīzes metode ir racionāls veids kā apkopot informāciju, tās noderīgums ir atkarīgs no cilvēku interpretācijas par iekšējo un ārējo vidi [5, 190 – 191]. Stiprās puses ir pozitīvas iekšējās vides pazīmes, ko organizācija var izmantot, lai sasniegtu savus stratēģiskos mērķus [6, 192]. Vājās puses ir negatīvi iekšēji organizācijas raksturlielumi, kuri apgrūtina un/vai ierobežo organizācijas misijas un stratēģisko mērķu sasniegšanu [11, 240].

1.3. tabula

Stipro un vājo pušu pazīmes [6, 192]

Menedžments un organizācija	Mārketings	Cilvēkresursi
<ul style="list-style-type: none"> • Menedžmenta kvalitāte • personāla kvalitāte • plānošanas informācija • kontroles informācija • centralizācijas pakāpe • organizācijas struktūra 	<ul style="list-style-type: none"> • Izplatīšanas kanāli • tirgus daļa • reklāmas efektivitāte • pircēju apmierinātība • produktu kvalitāte • produktu cenas • servisa reputācija • pārdošanas apgrozījums 	<ul style="list-style-type: none"> • Personāla pieredze • Izglītība • arodbiedrību statuss • neierašanās darbā gadījumu • gandarījums par darbu • sūdzības
Finanses	Produkcija	Izpēte un attīstība
<ul style="list-style-type: none"> • Peļņas norma • Kredītreitings • Debitoru aprīte • Kreditoru aprīte • inventarizācijas rezultāti 	<ul style="list-style-type: none"> • Iepirkumu sistēma • kontroles sistēma • Efektivitāte • ražotnes atrašanās vieta • darba līdzekļu novecošana 	<ul style="list-style-type: none"> • Izpētes programmas • jaunu produktu inovācija • tehnoloģiju inovācija

Izpētot SVID analīzes pazīmes, autors secina, ka tās veidojas no sešiem galvenajiem faktoriem – menedžments un organizācija, mārketings, cilvēkresursi, finanses, produkcija un izpēte un attīstība, kuru kontekstā ir jāaplūko analizējamā uzņēmuma stiprās un vājās puses.

Draudi ir ārējās vides faktors, kas var traucēt organizācijai sasniegt savus mērķus. Iespējas ir ārējās vides faktors, kas organizācijai var potenciāli palīdzēt sasniegt tās izvirzītos mērķus vai pat tos pārsniegt [6, 193]. Starp ārējiem faktoriem, kas raksturo uzņēmuma konkurētspēju, vēlams izdalīt šādas divas grupas:

1. Tieši ietekmējošie:

- Piegādātāji;
- Starpnieki;
- Pircēju vajadzība un maksātspēja;
- Konkurence;
- Produktu eksports un imports;
- Sabiedriskās organizācijas, prese;
- Likumdošana.

2. Netieši ietekmējošie:

- Valsts demogrāfiskais stāvoklis;
- Valsts ekonomiskais stāvoklis;
- Starptautiskās attiecības;
- Zinātnes un tehnoloģiju attīstība;
- Valsts politika;
- Sociālkultūras elementi;
- Integrācijas attīstība [11, 241].

Lai veiktu pamatotu SVID analīzi ir jāprecizē un jāsaprot informācija. Galvenos informācijas avotus Latvijā var iedalīt trīs grupās:

1. Valsts institūciju informācijas avoti:

- Centrālās statistikas pārvaldes ziņas;
- Ekonomikas ministrijas ziņojumi;
- Zemkopības ministrijas ziņojumi;
- Finanšu ministrijas biļeteni;
- Latvijas bankas pārskati;
- Latvijas attīstības aģentūras izdevumi;
- Komercreģistra dati.

2. Komercedarbības informācijas avoti:

- Uzņēmumu gada pārskati, pētījumi;
- Uzņēmumu bilances (t.sk. pielikumi);
- Rīgas fondu biržas biļeteni;

- Audita firmas pakalpojumi.

3. Publiskie informācijas avoti:

- Mēdiji (avīzes, žurnāli u.c.);
- Internets;
- Prezentācijas;
- Konferences, semināri;
- Izstādes.

Minēto informāciju var atrast presē, internetā, speciālos izdevumos. Analīze jāveic, balstoties uz informācijas avotiem un ievērojot šādus principus:

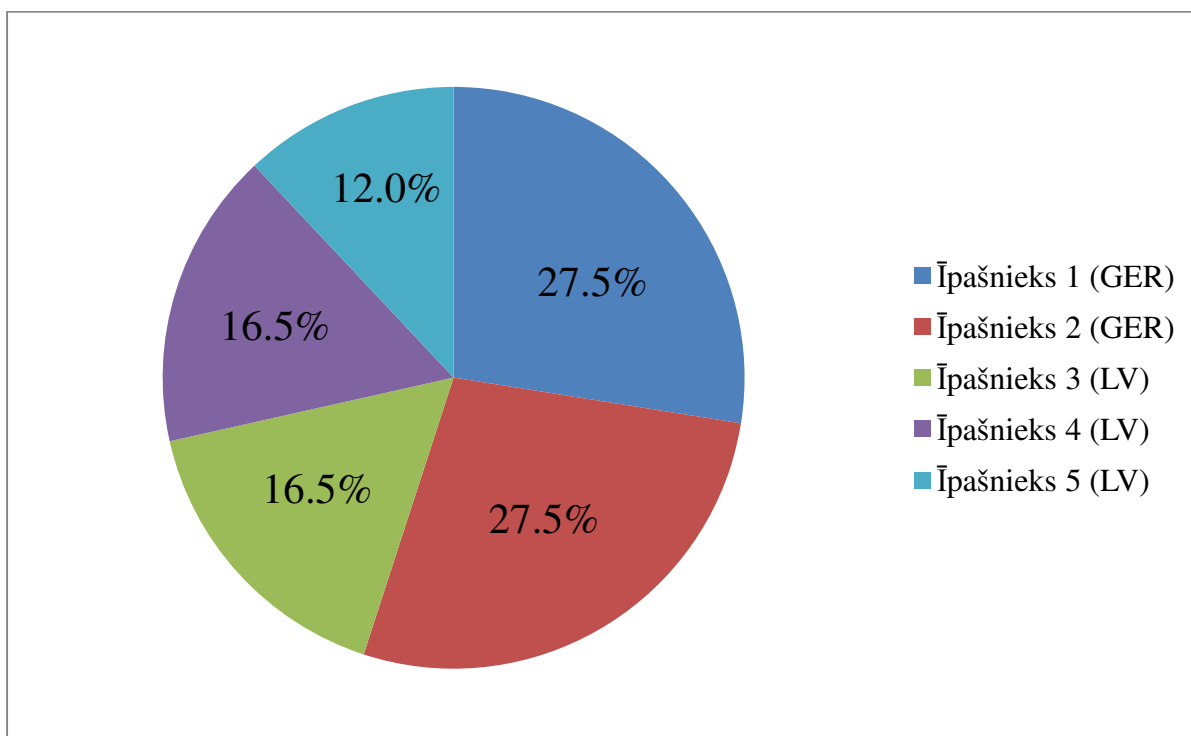
- Jāņem vērā, ka stiprās un vājās puses ir faktori, ko uzņēmums var kontrolēt un regulēt, bet ārējie faktori, kurus uzņēmums nevar ietekmēt, bet var tikai izmantot;
- Formulējumiem jābūt īsiem un konkrētiem, uzņēmuma stiprā un vājās puses jānovērtē no pircēju viedokļa un salīdzinājumā ar konkurentiem;
- Vērtējumam jābūt gan kvalitatīvam, gan kvantitatīvam.

SVID analīzei ir iespējams piesaistīt ekspertus valsts institūcijām, uzņēmuma vadības personāla, zinātniekiem, vadošajiem zinātniekiem vai sabiedriskām organizācijām [11, 241 – 242].

2. UZŅĒMUMA SIA „GERMAN PRODUCTS BALTICS” FINANŠU STĀVOKĻA NOVĒRTĒJUMS

2.1. Uzņēmuma SIA „German Products Baltics” raksturojums

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību „German Products Baltics” ir dibināta 2007. gada 27. decembrī. Uzņēmums ir Latvijas – Vācijas kopuzņēmums ar 5 īpašniekiem, kur 2 īpašnieki ir Vācijas pilsoņi, katram pieder 27.5% uzņēmuma un 3 Latvijas pilsoņi, 2 no viņiem katram pieder 16.5% uzņēmuma, bet vienam 12% uzņēmuma (skatīt 2.1 att.). Uzņēmuma dibināšanas pamatkapitāls ir 20 000 Ls, kurš 2011. gadā pēc īpašnieku kopīga lēmuma tika palielināts līdz 140 000 Ls, katram īpašniekam iemaksājot summu, kas ir tieši proporcionāla piederošo kapitāldaļu lielumam [37].



2.1. att. SIA „German Products Baltics” kapitāldaļu sadalījums pēc īpašniekiem*

* Autora veidots attēls pēc 37 literatūras avota

Uzņēmums nodarbojas ar bērnu preču, kafijas, jūras sāls, tēju, ķirbju eļļu un minerālūdens vairumtirdzniecību Latvijā, Igaunijā un Lietuvā. Pazīstamākie zīmoli, ko uzņēmums izplata ir šādi – Dallmayr, Schirmer, Bubchen, Nuk, Friso, Kinella, Mazais, Bebi,

Frutek, Univer, Morska Sol, Piranske Sol, Jana Baby, Donat Mg, Tigex, Argeta, Oljarna Fram, Billy Boy. Uzņēmuma birojs un noliktavas atrodas Vietalvas ielā 1, Rīgā.

Uzņēmuma misija: „Mūsu lielākā vērtība ir klients un viņa vajadzības. Mēs strādājam, lai nodrošinātu klientu ar visaugstākās kvalitātes precēm un servisu par izdevīgāko cenu” [37].

Uzņēmuma saimnieciskā darbība tika uzsākta 2008. gadā, kad no SIA ”Amajja” tika nopirkta patentēta un Latvijas Republikas Patentu valdes reģistrēta preču zīme „Maijiņa” un preču atlikumus tām produktu grupām, kuru izplatīšanu Sabiedrība pārņēma no SIA „Amajja”. Atbilstoši īpašnieku pieņemtajam lēmumam 2009. gadā tika apturēta meitas uzņēmuma SIA „Veikals Maijiņa” saimnieciskā darbība un 2011. gadā pabeigts tās likvidācijas process [35]. 2009. gadā uzņēmums nodibināja meitas uzņēmumu „German Products Estonia” OY Igaunijā, kas ir uzsācis Sabiedrības produktu virzīšanu un realizāciju Igaunijas tirgū. Pagaidām „German Products Estonia” strādā 3 darbinieki un tiek īrēts birojs, bet preču piegāde notiek no „German Products Baltics” noliktavas uzreiz klientiem Igaunijas teritorijā [37].

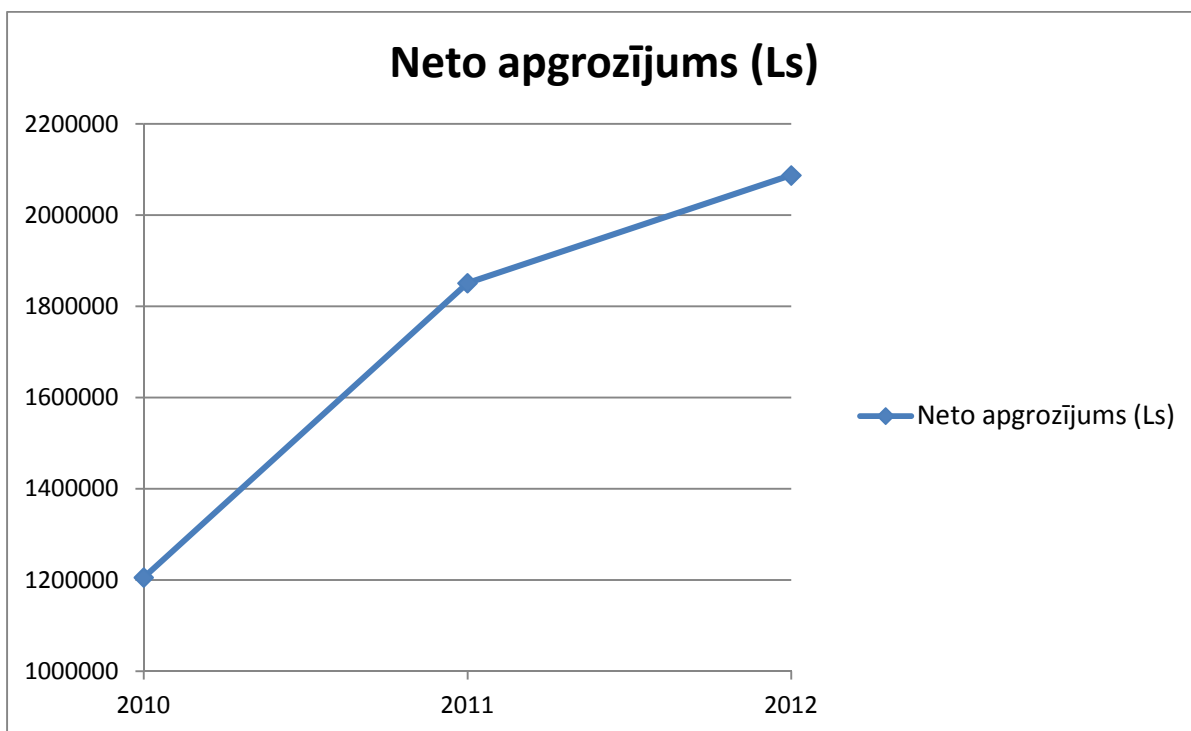
„German Products Baltics” produkti tiek iepirkti no Eiropas Savienības dalībvalstīm – Lietuvas, Vācijas, Polijas, Nīderlandes, Čehijas, Slovākijas un Francijas kā arī no viena Latvijas piegādātāja. Galvenokārt, produkti tiek iepirkti no Vācijas sadarbojoties ar ilglaicīgo piegādātāju AC.HAASE. Izplatītie produkti ir sertificēti atbilstoši Eiropas Savienības prasībām [37].

Latvijā uzņēmums savus produktus pārdod lielveikalu un veikalu tīkliem (Maxima, Rimi, Iki, Prisma), aptiekām un aptieku tīkliem, zāļu lieltirgotavām, fiziskajām personām, mazajiem neatkarīgajiem klientiem, slimnīcām, poliklīnikām, ģimenes ārstu praksēm un interneta veikaliem. Uzņēmumam ir izveidojusies veiksmīga sadarbība ar „Māmiņu klubu” un „Latvijas pediatru asociāciju”. Tāpat uzņēmums sadarbojas ar labdarības organizācijām, ziedojot bērnu preces un pārtiku ģimenēm, kam tas ir nepieciešams.

Igaunijā produkti tiek pārdoti lielveikalu un veikalu tīkliem (Rimi Estonia, Maxima Estonia), maziem uzņēmumiem, aptiekām, slimnīcām un fiziskajām personām. Īpaši veiksmīga sadarbība ir izveidojusies ar Igaunija lielākajām slimnīcām par valsts finansēto produktu piegādi.

Lietuvā uzņēmums līdz 2011. gadam ir sadarbojies tikai ar vienu uzņēmumu „Hetora” UAB pārdodot zīmola Dallmayr kafiju, bet „German Products Baltics” izvērsis plašāku darbību Lietuvas tirgū ir tikai 2011.gadā, tāpēc pagaidām klienti ir lielveikalu tīkli Maxima Lt, Rimi Lithuania un Prisma Lt, ar kuriem SIA „German Products Baltics” 2011. gada beigās noslēdza līgumus par sadarbību, bet turpmākā darbībā ietilpst darbs ar mazajiem klientiem un

aptieku tīkliem, lai spētu nodrošināt lielāku atpazīstamību uzņēmuma precēm un lai augtu apgrozījums.



2.2 att. SIA „German Products Baltics” neto apgrozījums latos 2010.g. – 2012.g.*

* Autora veidots attēls pēc 34, 35, 36 literatūras avota

„German Products Baltics” apgrozījums katru gadu aug (skatīt 2.2 att.), kas norāda uz uzņēmuma tirgus daļas palielināšanos, kā arī pareizu darbu un attīstību. Lielākais apgrozījuma pieaugums ir bijis 2012. gadā, tāpēc arī notika uzņēmuma paplašināšanās cilvēkresursu jomā un noliktavas paplašināšana. Uzņēmumā tika pieņemti 2 jauni darbinieki, kas nodarbojas ar loģistikas, pārvadājumu un iepirkumu jautājumiem un uzņēmuma marketinga jautājumiem, tādējādi palielinot uzņēmumā strādājošo skaitu no 17 darbiniekiem līdz 19 darbiniekiem. Noliktavas paplašināšana notika noslēdzot jaunu nomas līgumu par lielākas noliktavu platības nomāšanu uz 3 gadiem līdz 2015. gada beigām. Uzņēmuma īpašnieki 2013. gadā ir plānojuši, ka apgrozījums turpinās augt un iespējams sasniegs 3 miljonus latu, kas ļautu uzņēmumam iegūt labākus nosacījumus no piegādātājiem par produktu cenām, apmaksas dienu skaitu un atbalstītajiem mārketinga pasākumiem.

Uzņēmuma nākotnes plānos ietilpst palielināt tirgus daļu Latvijas, Igaunijas un Lietuvas tirgos, kā arī atvērt meitas uzņēmumu Lietuvā ar iespējamo nosaukumu „German Products Lithuania” UAB, kurš nodarbotos patstāvīgi ar bērnu preču un kafijas pārdošanu klientiem Lietuvas teritorijā.

2.2. Finanšu analīze SIA „German Products Baltics”

Autors šajā apakšnodaļā analizēs uzņēmuma gada pārskatus un veiks finanšu situācijas analīzi aprēķinot likviditātes, aktivitātes, finansiālās stabilitātes un rentabilitātes rādītājus par 2010., 2011. un 2012. gadu.

2.1. tabula

SIA „German Products Baltics” bilances aktīva posteņu struktūra 2010.g. – 2012.g.*

Balances posteņi	2010 (Ls)	2011 (Ls)	2012 (Ls)	Struktūra %		
				2010	2011	2012
AKTĪVS						
Ilgtermiņa ieguldījumi						
Nemateriālie ieguldījumi						
Koncesijas, patenti, licences, preču zīmes un tamlīdzīgas tiesības	46 105	45 417	44 729	9.1	6.0	4.4
Nemateriālā vērtība	5282	5 109	4 538	1.0	0.7	0.4
Nemateriālie ieguldījumi kopā	51 387	50 526	49 267	10.1	6.6	4.9
Pamatlīdzekļi						
Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs	37 314	34 424	24 688	7.4	4.5	2.4
Pamatlīdzekļi kopā	37 314	34 424	24 688	7.4	4.5	2.4
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi						
Līdzdalība radniecīgās sabiedrības kapitālā	1203	1 203	1 805	0.2	0.2	0.2
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi kopā	1 203	1 203	1 805	0.2	0.2	0.2
Ilgtermiņa ieguldījumi kopā	89 904	86 153	75 760	17.8	11.3	7.5
Apgrozāmie līdzekļi						
Krājumi						
Izejvielas, pamatmateriāli un palīgmateriāli	182	235	242	0	0	0
Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	194 385	288 305	395 298	38.4	37.9	39.1
Avansa maksājumi par precēm	1501	177	13 374	0.3	0.0	1.3
Krājumi kopā	196 068	288 717	408 914	38.7	38.0	40.5
Pārdošanai turēti ilgtermiņa ieguldījumi						
Debitori						
Pircēju un pasūtītāju parādi	198681	295 350	416 103	39.2	38.8	41.2
Radniecīgo sabiedrību parādi	10917	65 485	48 791	2.2	8.6	4.8
Citi debitori	6500	2519	15 871	1.3	0.3	1.6
Īstermiņa aizdevumi akcionāriem vai vadībai	0	0	23 340	0	0	2.3
Nākamo periodu izmaksas	3922	11 522	19 044	0.8	1.5	1.9
Debitori kopā	220 020	374 876	523 149	43.5	49.3	51.8
Nauda	377	10 718	2 062	0.1	1.4	0.2
Apgrozāmie līdzekļi kopā	416 465	674 311	934 125	82.2	88.7	92.5
AKTĪVS KOPĀ	506 369	760 464	1 009 885	100	100	100

* Autora veidota tabula pēc 34, 35, 36 literatūras avota

Analizējot 2.1. tabulas datus, autors izdara šādus secinājumus par SIA „German Products Baltics” bilances aktīva posteņiem:

- Katru gadu apgrozāmo līdzekļu īpatsvars bilancē ir palielinājies, 2012. gadā sasniedzot 92.5 %;
- Turpretī ilgtermiņa ieguldījumu īpatsvars katru gadu samazinās – 2010.gadā no aktīva tie veidoja 17.8 %, bet 2012. gadā vairs tikai 7.5 %, kas salīdzinot ar gadu iepriekš ir par 3.8 % punktiem mazāk;
- No bilances aktīva procentuāli lielu daļu veido debitori. 2011. gadā tie bija 49.3 %, bet 2012. gadā jau virs 50 % jeb 51.8 %. Pircēju un pasūtītāju parādi 2012. gadā salīdzinot ar 2011. gadu ir pieauguši nedaudz, bet radniecīgo sabiedrību parādi, tas ir, meitas uzņēmuma „German Products Estonia” OU parādi ir samazinājušies no 8.6 % līdz 4.8% jeb par 16 694 latiem. Ne 2010. gadā, ne arī 2011. gadā bilances aktīvā nebija posteņa „Īstermiņa aizdevumi akcionāriem vai vadībai”, kas ir 2012. gadā un veido 2.3 % no bilances aktīva. 2012. gadā salīdzinot ar iepriekšējiesm gadiem nākamo periodu izmaksas ir augušas no aktīva kopsomas – 2010. gadā veidojos 0.8 %, 2011. gadā veidojot 1.5. %, bet 2012. gadā jau veidojot 1.9% no aktīva;
- Nākamais postenis aiz debitoriem, kas ir svarīgs un procentuāli liels, ir krājumi. Krājumus galvenokārt veido preces pārdošanai, jo uzņēmums neko neražo, kā arī neliela daļa avansa maksājumu par precēm, kas ir augusi par 1.3. % punktiem salīdzinot 2012. gadu pret 2011. gadu. Visos 3 gados krājumi ir veidojuši ļoti tuvu pie 40% no bilances aktīva, bet 2012. gadā tie ir bijuši pat 40.5 %;
- Nemateriālie ieguldījumi procentuāli ir samazinājušies ar katru gadu attiecībā pret aktīvu bilanci, 2012. gadā sasniedzot vien 4.9 %. Lielāko daļu no nemateriāliem ieguldījumiem veido postenis „koncesijas, patenti, licences, preču zīmes u. tml. tiesības, kas 2010. gadā ir 9.1. %, bet 2012. gadā 4.4 %;
- Pamatlīdzekļus veido tikai viens postenis „pārējie pamatlīdzekļi un inventārs” zem kura ietilpst vieglās automašīnas, tehnika un mēbeles. Ar katru gadu šī posteņa īpatsvars aktīvā ir samazinājies. 2011. gadā tas bija 4.5 %, bet 2012. gadā vairs tikai 2.4. % jeb par 2.1 % punktu mazāk nekā gadu iepriekš.
- Aktīva postenis „nauda” nevienā no 3 gadiem nav veidojis īpaši lielu īpatsvaru, izņemot 2011. gadu, kad tas bija 1.4 %, bet pārējos gados tas ir bijis tuvu 0%.

SIA „German Products Baltics” bilances pasīva posteņu struktūra 2010.g. – 2012.g.*

Balances posteņi	2010 (Ls)	2011 (Ls)	2012 (Ls)	Struktūra %		
				2010	2011	2012
PASĪVS						
Pašu kapitāls						
Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)	20 000	140 000	140 000	3.9	18.4	13.9
Nesadalītā peļņa:						
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa	-	-	-	-	-	-
b) pārskata gada nesadalītā peļņa	33 541	49 020	30 653	6.6	6.4	3.0
Pašu kapitāls kopā	-	1 602	32 255	-	0.2	3.2
Uzkrājumi						
Citi uzkrājumi	0	4 695	5 016	0	0.6	0.5
Uzkrājumi kopā	0	4 695	5 016	0	0.6	0.5
Kreditori						
Ilgtermiņa kreditori						
Citi aizņēmumi	331 349	210 841	210 841	65.4	27.7	20.9
Atliktā ienākuma nodokļa saistības	0	0	1 622	0	0	0.2
Ilgtermiņa kreditori kopā	331 349	210 841	212 463	65.4	27.7	21.0
Īstermiņa kreditori						
Aizņēmumi no kredītiestādēm	123681	115 242	44 460	24.4	15.2	4.4
Citi aizņēmumi	0	0	182 729	0	0	18.1
No pircējiem saņemtie avansi	0	31	509	0	0	0.1
Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem	191975	378 540	471 925	37.9	49.8	46.7
Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	17475	36 901	34 496	3.5	4.9	3.4
Pārējie kreditori	3740	2 953	5 808	0.7	0.4	0.6
Uzkrātās saistības	6417	9 659	20 224	1.3	1.3	2.0
Īstermiņa kreditori kopā	343 288	543 326	760 151	67.8	71.4	75.3
Kreditori kopā	674 637	754 167	972 614	133.2	99.2	96.3
PASĪVS KOPĀ	506 369	760 464	1 009 885	100	100	100

* Autora veidota tabula pēc 34, 35, 36 literatūras avota

2.2. tabulā pētīts pasīva sadalījums procentuāli pa bilances posteņiem, no kura izriet šādi secinājumi:

- Uzņēmuma pamatkapitāls vislielāko īpatsvaru no bilances pasīva veido 2011. gadā un tie ir 18.4 %, bet vismazāko 2010. gadā un tie ir 3.9%;
- Iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa katru gadu ir bijusi negatīva, bet tendence ir tai samazināties. Pašu kapitāls 2010.gadā arī bija negatīvs, bet nākamos 2 gadus jau pozitīvs lielums;

- Savukārt pārskata gada nesadalītā peļņa katru gadu ir veidojusi mazāku % no pasīva, piemēram, 2010. gadā tie bija 6.6 %, bet 2012. gadā jau tikai 3 %;
- Ilgtermiņa kreditoru postenī „citi aizņēmumi” ir noticis samazinājums 2010. gadā tie bija 65.4 %, bet 2012. gadā vairs tikai 20.9%, kas ir ļoti labi, jo aizņemtā kapitāla īpatsvars ir samazinājies gandrīz 3 reizes salīdzinot ar 2010. gadu;
- Īstermiņa kreditoros vislielāko īpatsvaru sastāda parādi piegādātājiem un darbuņēmējiem, kas 2012. gadā ir 46.7 %, bet aizņēmumi no kredītiestādēm ir samazinājušies no 15.2 % 2011. gadā līdz 4.4 % 2012. gadā. 2012. Gadā ir parādījies jauns postenis „citi aizņēmumi”, kas sastāda 18.1 % no pasīva. Pārējie kreditori un uzkrātās saistības visus 3 gadus ir saglabājušās līdzīgos % attiecībā pret pasīva kopsummu.

Vērtējot aktīva un pasīva struktūras izmaiņas, autors secina, ka aktīvā lielākās izmaiņas notikušas krājumu un debitoru posteņos, jo absolūtajos lielumos ir pieaugums, bet pasīvā struktūrā izmaiņas ir pašu kapitālā, kas ir kļuvis pozitīvs un izmaiņas ir kreditoru struktūrā, jo samazinājušies ir ilgtermiņa kreditori, bet palielinājušies īstermiņa.

2.3. tabula

SIA „German Products Baltics” peļņas vai zaudējumu struktūra 2010.g. – 2012.g.*

Posteņi	2010 (Ls)	2011 (Ls)	2012 (Ls)	Struktūra %		
				2010	2011	2012
Neto apgrozījums	1 205 914	1 851 021	2 087 324	100	100	100
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	918 810	1 409 026	1 508 381	76.2	76.1	72.3
Bruto peļņa vai zaudējumi	287 104	441 995	578 943	23.8	23.9	27.7
Pārdošanas izmaksas	310 412	450 891	593 082	25.7	24.4	28.4
Administrācijas izmaksas	43 166	40 523	42 278	3.6	2.2	2.0
Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	140 997	150 005	116 206	-	-	-
Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas	4614	18 899	5 925	0.4	1.0	0.3
Pārējie procentu ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi	618	3946	5 097	-	-	-
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	34 502	23 831	19 886	2.9	1.3	1.0
Peļņa vai zaudējumi pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem	36 025	61 802	39 075	3.0	3.3	1.9
Uzņēmumu ienākuma nodoklis par pārskata gadu	1 634	12 782	6 800	0.1	0.7	0.3
Atliktais ienākuma nodoklis	0	0	1 622	0.0	0.0	0.1
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi	34 391	49 020	30 653	2.9	2.6	1.5

* Autora veidota tabula pēc 34, 35, 36 literatūras avota

Peļņas vai zaudējumu struktūras pārskatā ir iespējams pētīt šādas sakarības:

- Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksu īpatsvars visos gados ir aptuveni vienādas, bet pēdējā gadā izmaksu īpatsvars pat nedaudz samazinājies, sastādot 72.3 % no neto apgrozījuma;
- Bruto peļņas īpatsvars katru gadu ir palielinājies. 2010.gadā tas bija 23.8%, 2011.gadā 23.9%, bet 2012.gadā 27.7%;
- Liels izmaksu postenis ir pārdošanas izmaksas, kas 2010. gadā veidoja 25.7 % no apgrozījuma, bet 2012. gadā jau 28.4 %, kas ir par 3.8% punktiem vairāk nekā 2011.gadā;
- Administrācijas izmaksas visos gados ir vienādas un nav būtiski pieaugušas, to īpatsvars attiecībā pret apgrozījumu katru gadu veido mazāku daļu. 2010.gadā 3.6%, 2011.gadā 2.2% un 2012.gadā vairs tikai 2%;
- Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas veido ļoti mazu daļu, izņemot 2011.gadā, kad to īpatsvars bija 1%;
- Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas pakāpeniski ir samazinājušās 2012.gadā veidojot vairs tikai 1% no apgrozījuma;
- Peļņa vai zaudējumi pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem 2010.gadā un 2012.gadā bija 3% un 3.3% no apgrozījuma, bet 2012.gadā 1.9%, jo peļņa samazinājās, bet apgrozījums pieauga;
- Uzņēmuma ienākuma nodoklis vislielāko īpatsvaru jeb 0.7% ir veidojis 2011.gadā, jo tad arī absolūtajos lielumos ir vislielākais. 2012.gadā tas bija 0.3% no apgrozījuma;
- Atliktais ienākuma nodoklis 2010.gadā un 2011.gadā nav rēķināts, bet 2012.gadā pamainoties uzņēmuma grāmatvedībai, tas ir ticis rēķināts, bet veido nelielu daļu no apgrozījuma – 0.1%;
- Visos 3 gados ir bijusi pārskata gada peļņa, kas pēdējā – 2012. gadā veidojas tika 1.5 %, kas ir par 1.4 % punktiem mazāk nekā 2010. gadā.

Pēc autora domām pārdošanas izmaksas ir par daudz palielinājušās 2012.gadā, jo neto apgrozījums nav tik ļoti audzis. Vislielāko īpatsvaru sastāda pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas. Pozitīvi ir tas, ka administrācijas izmaksas nav augušas, bet to īpatsvars ir samazinājies. Ļoti stabili un visos gadus gandrīz vienādu īpatsvaru veido bruto peļņa vai zaudējumi, kas norāda, ka gan neto apgrozījums, gan pārdotās produkcijas izmaksas aug proporcionāli. Negatīvi vērtējams, ka 2010.gadā un 2011.gadā nav tiis aprēķināts atliktais nodoklis tādējādi paaugstinot peļņu un neatainojot patieso stāvokli.

SIA „German Products Baltics” bilances aktīva posteņu rādītāju pārmaiņas 2010.g. – 2012.g.*

Balances posteņi	2010 (Ls)	2011 (Ls)	2012 (Ls)	Izmaiņas			
				2011/ 2010		2012/ 2011	
				Ls	%	Ls	%
AKTĪVS							
Ilgtermiņa ieguldījumi							
Nemateriālie ieguldījumi							
Koncesijas, patenti, licences, preču zīmes un tamlīdzīgas tiesības	46 105	45 417	44 729	-688	-1.5	-688	-1.5
Nemateriālā vērtība	5282	5 109	4 538	-173	-3.3	-571	-11.2
Nemateriālie ieguldījumi kopā	51 387	50 526	49 267	-861	-1.7	-1 259	-2.5
Pamatlīdzekļi							
Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs	37314	34 424	24 688	-2 890	-7.7	-9 736	-28.3
Pamatlīdzekļi kopā	37 314	34 424	24 688	-2 890	-7.7	-9 736	-28.3
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi							
Līdzdalība radniecīgās sabiedrības kapitālā	1203	1 203	1 805	0	0.0	602	50.0
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi kopā	1 203	1 203	1 805	0	0.0	602	50.0
Ilgtermiņa ieguldījumi kopā	89 904	86 153	75 760	-3 751	-4.2	-10 393	-12.1
Aprozāmie līdzekļi							
Krājumi							
Izejvielas, pamatmateriāli un palīgmateriāli	182	235	242	53	29.1	7	3.0
Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	194 385	288 305	395 298	93 920	48.3	106 993	37.1
Avansa maksājumi par precēm	1 501	177	13 374	-1 324	-88.2	13 197	7455.9
Krājumi kopā	196 068	288 717	408 914	92 649	47.3	120 197	41.6
Pārdošanai turēti ilgtermiņa ieguldījumi							
Debitori							
Pircēju un pasūtītāju parādi	198 681	295 350	416 103	96 669	48.7	120 753	40.9
Radniecīgo sabiedrību parādi	10 917	65 485	48 791	54 568	499.8	-16 694	-25.5
Citi debitori	6 500	2 519	15 871	-3 981	-61.2	13 352	530.1
Īstermiņa aizdevumi akcionāriem vai vadībai	0	0	23 340	0	-	23 340	-
Nākamo periodu izmaksas	3 922	11 522	19 044	7 600	193.8	7 522	65.3
Debitori kopā	220 020	374 876	523 149	154 856	70.4	148 273	39.6
Nauda	377	10 718	2 062	10 341	2743.0	-8 656	-80.8
Aprozāmie līdzekļi kopā	416 465	674 311	934 125	257 846	61.9	259 814	38.5
AKTĪVS KOPĀ	506 369	760 464	1 009 885	254 095	50.2	249 421	32.8

* Autora veidota tabula pēc 34, 35, 36 literatūras avota

2.4. tabulā autors analizē bilances aktīva posteņu pārmaiņas:

- Nemateriālie ieguldījumi katru gadu ir samazinājušies, īpaši 2012. gadā, kad tas noticis par 1259 latiem;
- Pārējie pamatlīdzekļi 2012. gadā ir ļoti samazinājušies, kas ir noticis, jo ir tikusi mainīta grāmatvedības politika, kā rezultātā daļa pamatlīdzekļu ir pārnesti uz izdevumiem kā mazvērtīgais inventārs un arī 2012. Gadā tikus pārdota viena vieglā automašīna;
- Līdzdalība radniecīgas sabiedrības kapitālā jeb uzņēmuma meitas uzņēmumā 2012. gadā ir palielināta par 50% attiecībā pret 2011. gadu, jo tika nopirkta atlikušās daļas no bijušās sadarbības partnera;
- Ilgtermiņa ieguldījumi 2012. gada laikā samazinājušies par 12.1 %, kas galvenokārt noticis uz pārējo pamatlīdzekļu un inventāra samazinājuma dēļ;
- Krājumi ar katru gadu ir palielinājušies aizvien vairāk, 2012. gadā sasniedzot 408 914 latus, kas ir par gandrīz 50% vairāk nekā gadu iepriekš. Tas izskaidrojams ar to, ka pieaugot uzņēmuma apgrozījumam vairāk preces tiek turētas noliktavā, kā arī 2012. gadā veikti lieli avansa maksājumi par precēm, kas iepriekšējos gados bija darīts ļoti nelielā apmērā;
- Pircēju un pasūtītāju parādi katru gadu ir palielinājušies par 40%, 2012. gada beigās sasniedzot 416 103 latu, ko veido klienti no Latvijas un Lietuvas;
- Meitas uzņēmuma (German Products Estoni OU) parādi 2011. gadā bija palielinājušies par 54 568 latiem, bet 2012. gadā samazinājušies par 25.5 % jeb 16 694 latiem;
- Citi debitori veido nozīmīgu posteni, jo 2012. gadā tie veido 15 871 latu, kas ir vislielākais rādītājs no visiem 3 gadiem;
- 2012. gadā pirmo reizi valdes locekļi ir aizņēmušies naudu no uzņēmuma, kopumā sastādos 23 340 latus, kas tiks atmaksāti nākamajos 5 gados;
- Nākamo periodu izmaksas katru gadu ir palielinājušās līdz 2012. gadā tās ir 19 044 lati, ko veido apdrošināšanas izmaksas un kafijas akcīzes nodoklis par krājumos esošo kafiju (nerealizēto kafiju);
- Naudas līdzekļu uzņēmumam ne bankas kontā, ne kasē nav lieli, izņemot 2011. gadu, kad tie bija 10 718 lati, bet 2010. gadā un 2012. gadā tie ir ļoti mazi;
- Apgrozāmie līdzekļi kopumā ir auguši ļoti strauji, gandrīz sasniedzot vienu miljonu latu 2012. gada beigās.

Autors uzskata, ka krājumu lielums 2012.gadā ir palielinājies pārāk strauji, iesaldējot uzņēmuma brīvos naudas līdzekļus, kas vērtējams negatīvi. Īstermiņa aizdevumi vadībai ir parādījušies tikai 2012.gadā, kas veido lielu summu, tāpēc ir jāseko uzmanīgi atmaksas izpildei. Pozitīvi vērtējams, ka palielināta daļa radniecīgas sabiedrības kapitālā, nopērkot atlikušās daļas no privātpersonām.

2.5. tabula

SIA „German Products Baltics” bilances pasīva posteņu rādītāju pārmaiņas 2010.g.- 2012.g.*

Balances posteņi	2010 (Ls)	2011 (Ls)	2012 (Ls)	Izmaiņas			
				2011/ 2010		2012/ 2011	
				Ls	%	Ls	%
PASĪVS							
Pašu kapitāls							
Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)	20 000	140 000	140 000	120 000	600.0	0	-
Nesadalītā peļņa:							
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa	-221 809	-187 418	-138 398	34 391	-15.5	49 020	-35.4
b) pārskata gada nesadalītā peļņa	33 541	49 020	30 653	15 479	46.1	-18 367	-59.9
Pašu kapitāls kopā	-168 268	1 602	32 255	169 870	-101.0	30 653	95.0
Uzkrājumi							
Citi uzkrājumi	0	4 695	5 016	4 695	-	321	6.4
Uzkrājumi kopā	0	4 695	5 016	4 695	-	321	6.4
Kreditori							
Ilgtermiņa kreditori							
Citi aizņēmumi	331 349	210 841	210 841	-120 508	-36.4	0	-
Atliktā ienākuma nodokļa saistības	0	0	1 622	0	-	1 622	100.0
Ilgtermiņa kreditori kopā	331 349	210 841	212 463	-120 508	-36.4	1 622	0.8
Īstermiņa kreditori							
Aizņēmumi no kredītiestādēm	123 681	115 242	44 460	-8 439	-6.8	-70 782	-159.2
Citi aizņēmumi	0	0	182 729	0	-	182 729	100.0
No pircējiem saņemtie avansi	0	31	509	31	-	478	93.9
Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem	191 975	378 540	471 925	186 565	97.2	93 385	19.8
Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	17 475	36 901	34 496	19 426	111.2	-2 405	-7.0
Pārējie kreditori	3 740	2 953	5 808	-787	-21.0	2 855	49.2
Uzkrātās saistības	6 417	9 659	20 224	3 242	50.5	10 565	52.2
Īstermiņa kreditori kopā	343 288	543 326	760 151	200 038	58.3	216 825	28.5
Kreditori kopā	674 637	754 167	972 614	79 530	11.8	218 447	22.5
PASĪVS KOPĀ	506 369	760 464	1009 885	254 095	50.2	249 421	24.7

* Autora veidota tabula pēc 34, 35, 36 literatūras avota

Autors pēta bilances pasīva sakarības pēc 2.5. tabulas datiem:

- Uzņēmuma pamatkapitāls 2010. gadā veidojas 20 000 latu, bet 2011. gadā jau 140 000 latu, kas ir palielināts par 600%, ko ir palielinājuši visi uzņēmuma īpašnieki proporcionāli sev piederošajām uzņēmuma akciju daļām;
- Iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa katru gadu ir palielinājusies, tas ir, zaudējumi kļuvuši mazāki, kas izskaidrojams ar katra gada pārskata peļņu;
- 2010. gadā uzkrājumi ir 0, bet 2011. gadā un 2012. gadā ir līdzīgi – ap 5000 latu, ko veido uzkrājumi darbinieku atvaļinājumiem;
- Katru gadu uzņēmuma peļņa ir bijusi savādāka, bet vislielākā tā ir bijusi 2011. gadā, savukārt 2012. gadā vismazāka, par 59.9 % mazāka nekā salīdzinot ar 2011. gadu;
- Ilgtermiņa kreditori vislielākie ir bijuši 2010. gadā, bet 2011. gadā un 2012. gadā tie ir bijuši gandrīz vienādi, izņemot, ka 2012. gadā bez citiem aizņēmumiem ir ticis rēķināts un iekļauts saistībās atliktā ienākuma nodokļa saistības 1622 latu apmērā;
- Īstermiņa kreditoru sastāvā aizņēmumi no kredītiestādēm ir sarukuši katru gadu, bet toties 2012. gadā ir parādījies cits aizņēmums, kas ir aizņēmumi no meitas uzņēmuma 182 729 latu apmērā;
- Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem arī ir auguši katru gadu, 2011. gadā pat par gandrīz 100% attiecībā pret 2010. gadu;
- Uzkrātās saistības katr gadu ir augušas par 50%, 2012. Gadā sasniedzot 20 224 latus, ko veido dažādi pakalpojumi.

Pēc autora domām, vissvarīgākās izmaiņas ir notikušas pamatkapitālā, ka īpašnieki ir to palielinājuši un ka tā iespaidā pašu kapitāls 2011.gadā un 2012.gadā ir pozitīvs. Negatīvi ir, ka kreditoru summas ar katru gadu palielinās un īstermiņa kreditoru ievērojams pieaugums, lai gan daļa no tā ir aizņēmums no uzņēmuma pašā meitas sabiedrības.

2.6. tabulā autors analizē izmaiņas peļņas vai zaudējumu posteņiem:

- 2011. gadā uzņēmuma apgrozījums ir audzis ļoti strauji – par 50% palielinājies nekā tas bija 2010. gadā, bet 2012. gadā apgrozījums vairs tik strauji nav audzis – par 12.8 %;
- Pārējās saimnieciskās darbības ieņēmumi ir sarukuši no 150 005 latiem līdz 116 206 latiem 2012. gadā jeb par piektdaļu mazāk;

- 2012. gadā uzņēmuma peļņu ir samazinājis atliktais uzņēmuma nodoklis, kurš iepriekšējos gados nebija rēķināts, tādējādi mākslīgi paaugstinot peļņu;
- Uzņēmums visus trīs gadus ir strādājis ar peļņu, kas ir labs rādītājs, bet pēdējā gadā peļņa ir sarukusi par 37.5 %.

2.6. tabula

**SIA „German Products Baltics” peļņas vai zaudējumu posteņu rādītāju pārmaiņas
2010.g. – 2012.g.***

Posteņi	2010	2011	2012	Izmaiņas			
				2011/ 2010		2012/ 2011	
				Ls	%	Ls	%
Neto apgrozījums	1 205 914	1 851 021	2 087 324	645 107	53.5	236 303	12.8
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	918 810	1 409 026	1 508 381	490 216	53.4	99 355	7.1
Bruto peļņa vai zaudējumi	287 104	441 995	578 943	154 891	53.9	136 948	31.0
Pārdošanas izmaksas	310 412	450 891	593 082	140 479	45.3	142 191	31.5
Administrācijas izmaksas	43 166	40 523	42 278	-2 643	-6.1	-1 755	4.3
Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	140 997	150 005	116 206	9 008	6.4	-33 799	-22.5
Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas	4 614	18 899	5 925	14 285	309.6	-12 974	-68.6
Pārējie procentu ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi	618	3 946	5 097	3 328	538.5	1 151	29.2
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	34 502	23 831	19 886	-10 671	-30.9	-3 945	-16.6
Peļņa vai zaudējumi pirms ārkārtas posteņiem un nodokļiem	36 025	61 802	39 075	25 777	71.6	-22 727	-36.8
Uzņēmumu ienākuma nodoklis par pārskata gadu	1 634	12 782	6 800	11 148	682.3	-5 982	-46.8
Atliktais ienākuma nodoklis	0	0	1 622	0	-	1 622	-
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi	34 391	49 020	30 653	14 629	42.5	-18 367	-37.5

* Autora veidota tabula pēc 34, 35, 36 literatūras avota

Galvenie secinājumi, ko autors izdara par peļņas vai zaudējumu posteņu pārmaiņām ir tādi, ka palielinoties neto apgrozījumam palielinās arī izmaksas, bet svarīgi, lai tās palielinātos proporcionāli apgrozījumam vai pat samazinātos. Pārdošanas izmaksas 2012.gadā ir augušas straujāk nekā apgrozījums, bet tas saistīts ar uzņēmuma darbinieku algu pieaugumu. Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi 2012.gadā ir ievērojami samazinājušies, kas ir vērtējams negatīvi, bet skatoties pārējās saimnieciskās darbības izmaksas, tad 2012.gadā tās ir samazinājušās, kas vērtējams kā labs rādītājs.

Autors aprēķinās uzņēmuma likviditātes rādītājus, lai varētu spriest par uzņēmuma spēju atmaksāt savas īstermiņa saistības, kas ar katru gadu ir palielinājušās. Īpaši svarīgs ir absolūtās likviditātes rādītājs, kurš parāda, cik lielu īstermiņa saistību īpatsvaru būs iespējams segt ar skaidras naudas līdzekļiem.

2.7. tabula

SIA „German Products Baltics” likviditātes rādītāji 2010.g. – 2012.g.*

Likviditātes rādītājs	2010	2011	2012
Absolūtās likviditātes koeficients	0.001	0.020	0.003
Starpseguma likviditātes koeficients	0.64	0.71	0.69
Kopējais likviditātes seguma koeficients	1.21	1.24	1.23

* Autora veidota tabula pēc 1.nodaļas formulām

Analizējot 2.7. tabulas aprēķinātos rādītājus, tad var secināt, ka visos gados absolūtās likviditātes koeficients ir ļoti zems, 2010. gadā un 2012. gadā tas pat ir gandrīz 0, kas norāda, ka uzņēmums nav stabils un tam ir ļoti mazi naudas līdzekļi gada beigās gan uzņēmuma kasē, gan bankas kontos, varētu teikt, ka uzņēmumam praktiski nav naudas līdzekļu. Lai palielinātu uzņēmuma absolūto likviditāti, būtu ieteicams uzglabāt vairāk naudas līdzekļus, lai būtu stabilitāte un šis koeficients būtu robežās no 0.1 līdz 0.7.

Starpseguma likviditātes koeficients visaugstākais ir 2011. gadā – 0.71, bet ar to ir nedaudz par maz, jo ieteiktā robeža ir no 0.8 līdz 1.0. Redzams, ka uzņēmumam ir liels debitoru parādu apjoms visos gados, bet tas ir stingri jākontrolē, lai tie nepārvērstos šaubīgajos un neatgūstamajos debitoros tādējādi zaudējot naudu.

Kopējais likviditātes koeficients ir ļoti labs visos trīs gados, bet tas ir izskaidrojams ar lielo krājumu īpatsvaru, ko pārvērst naudā ir grūtāk nekā atgūt debitoru parādus. Krājumu lielais daudzums ir pamatots, jo uzņēmuma nodarbošanās ir vairumtirdzniecība, kā arī gada beigās ir jāizpilda iepirkuma plāns, lai veiksmīgi sadarbotos ar piegādātāju nākotnē un būtu izdevīgākas produktu iepirkumu cenas.

Izpētot visus trīs likviditātes koeficientus, autors secina, ka principā visos trīs gados tie ir ļoti līdzīgi un vienādi. SIA „German Products Baltics” ir lieli debitoru parādi un krājumi, kas garantē uzņēmuma stabilitāti un drošību pie nosacījuma, ka tie ir pārvēršami naudā ātrākā laika periodā nekā jāatdod nauda piegādātājiem un kredītdevējiem, lai netiktu iesniegta uzņēmuma maksātspēja. Ieteicams būtu vairāk mēģināt no klientiem prasīt priekšapmaksu par produktiem, lai palielinātu savu skaidrās naudas līdzekļu daudzumu.

Tālāk tiks aprēķināti un pētīti aktivitātes rādītāji par trīs gadiem gan kā koeficienti, gan izteikti dienās, lai būtu labāks priekšstats par krājumu, debitoru un kreditoru plūsmas ātrumu.

2.8. tabula

SIA „German Products Baltics” aktivitātes rādītāji 2010.g. – 2012.g.*

Finanšu cikla posmi	Aprites koeficients			Aprites perioda ilgums (kalendāro dienu skaits)		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Gatavā produkcija	4.03	7.71	6.15	89.32	46.71	58.55
Debitori	7.23	7.11	5.28	49.78	50.62	68.12
Piegādātāju kredīts	5.84	4.94	3.55	61.69	72.88	101.49
Kopējais aktīvu aprites koeficients	17.10	19.76	14.98			

* Autora veidota tabula pēc 1.nodaļas formulām

Gatavās produkcijas apgrozības laiks no nonākšanas noliktavā līdz pārdošanai klientam 2010. gadā prasīja 89 dienas vai arī gatavā produkcija 2010. gadā veica 4 aprites, kas ir lēnākais laiks no visiem trīs gadiem, bet 2011. gadā tas prasīja visīsāko laiku – 47 dienas un krājumi savu riņķojumi veica gandrīz 8 reizes.

Debitoru aprites ātrums ar katru gadu ir palēlinājies, tas ir, no klientiem par pārdoto preci nauda tiek saņemta aizvien vēlāk un ar kavēšanos pēc apmaksas termiņa. Ja 2010. gadā tās bija 50 dienas, tad jau 2012. gadā tās ir 68 dienas, ko parāda arī debitoru aprites koeficients, ka ir veikti tikai 5 aprites cikli salīdzinot ar 7 cikliem 2010.gadā un 2011.gadā. Ilgākais laiks, ko klientam dod produktus uz pēcapmaksu ir 90 dienas, kas ir pārāk ilgs periods.

Piegādātāju aprites ātruma koeficients ir samazinājies no 6 aprites cikliem 2010. gadā līdz 4 ciklam 2012. gadā. Tas ir tieši saistīts ar naudas līdzekļu iesaldēšanu debitoru parādos, tāpēc arī uzņēmuma rodas problēma norēķināties ar piegādātājiem laicīgi. Bet pozitīvi ir tas, ka debitoru aprite notiek ātrāk nekā kreditoru.

Kopējais aktīvu aprites koeficients 2011. gadā bija vislielākais – 19.76, tas nozīmē, ka 2011. gadā no pārdotajām precēm aktīvi pārvērtās par ieņēmumiem gandrīz 20 reizes, bet 2012. gadā vairs tikai 14.98 reizes, savukārt 2011. gadā šis rādītājs bija 17.10.

Pēc autora domām, šos rādītājus būtu svarīgi aprēķināt ne tikai gada beigās, bet arī pa ceturkšņiem, lai būtu priekšstats par aprites koeficientu izmaiņām un līdz ar to veicajamiem uzlabojumiem un darbiem, lai uzlabotu šos rādītājus.

Zemāk esošajās tabulās tiks analizēts un pētīts SIA „German Products Baltics” kapitāla sadalījums starp aizņemto kapitālu un pašu kapitālu, lai noteiktu uzņēmuma atkarību un neatkarību no ārējiem finanšu avotiem, kā arī uzņēmuma spēju norēķināties par aizņēmumiem un to procentiem.

2.9. tabula

SIA „German Products Baltics” finansiālās stabilitātes rādītāji 2010.g. – 2012.g.*

Rādītāji	2010	2011	2012
Finansiālās neatkarības rādītājs	-0.33	0.01	0.04
Finansiālās atkarības rādītājs	1.33	0.99	0.96
Finansiālās sviras rādītājs	-	119.77	26.10

* Autora veidota tabula pēc 1.nodaļas formulām

SIA „German Products Baltics” pašu kapitāls visos gados ir ļoti mazs, 2010. gadā tas pat ir negatīvs, jo pašu kapitāls sakarā ar iepriekšējo gadu zaudējumiem bija negatīvs. Tas nozīmē, ka uzņēmuma finansiālais drošības līmenis ir ļoti mazs, jo finanšu atkarības rādītājs ir ļoti augsts, kas nozīmē, ka uzņēmums ir aizņēmies daudz finanšu līdzekļus. Analizējot finansiālās sviras rādītāju, 2011. gadā aizņemtais kapitāls bija 120 reizes lielāks nekā pašu kapitāls, bet 2012. gadā situācija ir nedaudz uzlabojusies un šī attiecība ir 26, bet lai uzņēmums justos drošs par savām finansēm un spētu pildīt saistības, šim rādītājam būtu jābūt zem 1.

2.10. tabula

SIA „German Products Baltics” finanšu parāda seguma rādītāji 2010.g. – 2012.g.*

Rādītāji	2010	2011	2012
Procentu maksājumu segums	2.04	3.59	2.96
Kopējā aizdevuma segums	0.12	0.21	0.11

* Autora veidota tabula pēc 1.nodaļas formulām

Procentu maksājuma segums 2010. gadā bija 2, 2011. gadā 3.59 un 2012. gadā gandrīz 3, kas norāda, ka uzņēmums pēc šī rādītāja varētu saņemt nākamo kredītu, jo peļņa visos gados ir pietiekama, lai samaksātu procentu maksājumus. Savukārt otrs rādītājs kopējā aizdevuma segums, kas norāda uz uzņēmuma spēju apmaksāt visas savas saistības, nav labs, jo 2010. gadā tas bija 0.12 un 2012. gadā 0.11, kas nozīmē, ka SIA „German Products Baltics” peļņa nevienam gadam nav bijus tik liela, lai pastāvētu iespēja segt savas saistības uzreiz, kas pēc autora domām, pasliktina uzņēmuma izredzes uz jauna kredīta iegūšanu.

Autors analizēs uzņēmuma darbības rentabilitātes, apskatot trīs veidu rentabilitāti – komerciālo, ekonomisko un finansiālo, lai saprastu kā tās ir mainījušās pieaugot apgrozījumam un mainoties peļņas lielumam.

2.11. tabula

SIA „German Products Baltics” rentabilitātes rādītāji 2012.g. – 2012.g.*

Rādītāji	Rentabilitātes veids	2010	2011	2012
Komerciālais	Realizācijas	2.85%	2.65%	1.47%
	Operatīvās darbības	5.85%	4.63%	2.82%
	Bruto peļņas	23.81%	23.88%	27.74%
Ekonomiskais	Investīciju	3.82%	3.38%	1.67%
Finansiālais	Kopkapitāla	13.61%	4.82%	2.51%
	Pašu kapitāla	-	3059.93%	95.03%

* Autora veidota tabula pēc 1.nodaļas formulām

Analizējot 2.11. tabulas datus, autors secina, ka realizācijas rentabilitāte katru gadu ir samazinājusies – no 2.85 % 2010. gadā līdz 1.47 % 2012. gadā, kas ir par 1.18 % punktiem mazāk nekā gadu iepriekš – 2011. gadā. Lai gan apgrozījums katru gadu pieaug, peļņa nav augusi tik strauji, bet pat samazinājusies, lai to mainītu, ir jāpaaugstina peļņa palielinot preču cenas vai arī jāmeklē iespējas samazināt izmaksas. Tāpat arī operatīvās darbības rentabilitāte ir katru gadu samazinājusies sasniedzot 2.82 % 2012. gadā, kas nozīmē, ka neefektīvi tiek realizēta prece. Bruto peļņas rentabilitāte katru gadu ir palielinājusies, kas parāda, ka apgrozījums ir audzis straujāk nekā pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas.

Ekonomiskā jeb investīciju rentabilitāte pēdējos 2 gados ir samazinājusies, ja tā 2010. gadā bija 3.82 %, tad jau 2012. gadā tā ir vairs tikai 1.67 %, kas nozīmē, ka uzņēmums neefektīvi izmanto aktīvus peļņas radīšanā.

Apskatot finansiālās rentabilitātes rādītājus, var redzēt, ka kopkapitāla rentabilitāte samazinās katru gadu un peļņas daļa samazinās kaut arī viss kapitāls būtu pašu īpašnieku. Pašu kapitāla rentabilitāti 2010. gadā nav iespējams aprēķināt, jo pašu kapitāls ir negatīvs lielums, kas nozīmē, ka nav gūta peļņa uz īpašnieku ieguldīto naudu. 2011. gadā šis rādītājs ir ļoti labs - 3060 %, bet tas ir pateicoties tam, ka pašu kapitāls ir ļoti mazs sakarā ar iepriekšējo gadu lielajiem zaudējumiem. 2012. gadā uz katru ieguldīto īpašnieku latu ir gūti 95 lati.

2.3. Maksātspējas analīze SIA „German Products Baltics”

Šajā apakšnodaļā autors novērtēs uzņēmuma maksātspēju, kuras aprēķināšanai tiks izmantoti jau iepriekš aprēķinātie rādītāji un aprēķināti papildus nepieciešamie rādītāji. Autors ir izvēlējies aprēķināt maksātspēju pēc 2 modeļiem (E.altaman Z'' un Fulmera H metodes), kuri vislabāk atbilstu uzņēmuma formai, bilances un peļņas vai zaudējumu aprēķina rādītājiem.

2.12. tabula

**Maksātspējas prognožu aprēķins SIA „German Products Baltics” pēc E. Altmana metodes
2010.g. – 2012.g.***

Rādītāji		2010		2011		2012	
		Koeficienti	X	Koeficienti	X	Koeficienti	X
X ₁	6.56	0.14	0.95	0.17	1.13	0.17	1.13
X ₂	3.26	0.07	0.22	0.06	0.21	0.03	0.10
X ₃	6.72	0.14	0.94	0.11	0.76	0.06	0.39
X ₄	1.05	-0.25	-0.26	0.00	0.00	0.03	0.03
Z''		1.84		2.10		1.66	

* Autora veidota tabula pēc 1.nodaļas formulām

Veicot maksātspējas prognozēšanu pēc E. Altmana Z'' metodes (skatīt 2.12. tabulu), autors secina, ka SIA „German Products Baltics” visus trīs gadus pastāv bankrota iespējamība, kas apdraud uzņēmuma veiksmīgu turpmāko saimniecisko darbību.

Vislielākā iespējamība bankrotēt bija 2013. gadā, jo rādītājs bija tikai 1.66, bet vismazākā bankrota varbūtība bija 2011. gadā, kad rādītājs bija 2.10, kas izskaidrojams ar to, ka 2011. gadā darba kapitāls ir liels, kā arī peļņa pirms procentiem un nodokļiem ir liela. 2010. gadā pašu kapitāls ir negatīvs, kas palielina bankrota iespējamību, bet tomēr rādītājs ir labāks nekā 2012.gadā.

Kopīga iezīme visiem trīs gadiem ir tā, ka rādītājs X₄ ir ļoti mazs vai pat negatīvs, kas saistīts ar pašu kapitālu un lieliem iepriekšējo gadu zaudējumiem. Vislabākais rādītājs ir X₁, kurš tāds ir pateicoties darba kapitālam, kuru veido apgrozāmo līdzekļu un īstermiņa saistību starpība.

**Maksātnespējas prognožu aprēķins SIA „German Products Baltics” pēc Fulmera H metodes
2010.g. – 2012.g.***

Rādītāji		2010		2011		2012	
		Koeficienti	V	Koeficienti	V	Koeficienti	V
V ₁	5.528	-0.37	-2.06	-0.18	-1.01	-0.11	-0.59
V ₂	0.212	2.38	0.50	2.43	0.52	2.07	0.44
V ₃	0.073	-0.21	-0.02	38.58	2.82	1.21	0.09
V ₄	1.27	-0.005	-0.01	0.01	0.02	-0.01	-0.01
V ₅	0.120	1.33	0.16	0.99	0.12	0.96	0.12
V ₆	2.335	0.68	1.58	0.71	1.67	0.75	1.76
V ₇	0.575	0.07	0.04	0.05	0.03	0.02	0.01
V ₈	1.08	0.11	0.12	0.17	0.19	0.18	0.19
V ₉	0.894	2.04	1.83	3.59	3.21	2.96	2.65
6.075							
H		-4.24		1.24		-1.65	

* Autora veidota tabula pēc 1.nodaļas formulām

2.13. tabulā ir analizēta uzņēmuma bankrotēšanas varbūtība pēc Fulmera H metodes, var secināt, ka SIA „German Products Baltics” finansiālā situācija ir vislabākā 2011. gadā, jo uzņēmuma bankrots nedraud, kas izskaidrojams ar pašu kapitāla mazo lielumu un peļņu, savukārt 2010. gadā un 2012. gadā bankrota iespējamība ir augsta, bet tomēr 2012. gadā situācija ir labāka.

Novērtējot abus bankrotēšanas modeļus, autors nonāk pie secinājuma, ka abu modeļu rezultāti ir līdzīgi, jo pēc abiem 2011. gadā uzņēmumam nedraud bankrota iespējamība, bet pārējos divos gados tas ir pakļauts bankrota riskam. Dažādi rezultāti abiem modeļiem ir 2010.gadā un 2012.gadā, kad pēc E. Altmana Z' modeļa lielāka bankrota iespējamība ir 2012.gadā, savukārt pēc Fulmera H modeļa 2010.gadā, kas izskaidrojams ar dažādu rādītāju iekļaušanu aprēķinā.

3. SIA „GERMAN PRODUCTS BALTICS” NOVĒRTĒJUMS ATTIECĪBĀ PRET KONKURENTIEM UN NOZARI

3.1. SIA „German Products Baltics” darbības nozaru un konkurentu raksturojums

Lai dažādu valstu statistika būtu salīdzināma Eiropas Savienībā (ES) ir spēkā klasifikācijas sistēma ES Saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija (NACE), – saskaņā ar kuru iespējams klasificēt institucionālās vienības un tautsaimniecības sektorus[33]. NACE ir saīsinājums no franču „Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne” jeb latviski „saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija Eiropas Kopienā”. Katrs NACE kods atbilst kādam no uzņēmējdarbības veidiem, t.i., ar ko nodarbojas uzņēmums [15]. NACE 2. red. klasifikācija ir izstrādāta un apstiprināta ar 2006. gada 20. decembra Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr.1893/2006, ar ko izveido NACE 2. red. saimniecisko darbību statistisko klasifikāciju, kā arī groza Padomes Regulu (EEK) Nr.3037/90 un dažas EK regulas par īpašām statistikas jomām [33].

Uzņēmums „German Products Baltics” nodarbojas ar preču vairumtirdzniecību, ko pārsvarā veido kafijas, bērnu pārtikas un bērnu preču tirdzniecība, kas atbilst diviem NACE kodiem:

- 46.37: Kafijas, tējas, kakao un garšvielu vairumtirdzniecība;
- 46.90: Nespecializētā vairumtirdzniecība [36].

Kafija veidā, kādā to patērējam mūsdienās, kafija pazīstama tikai pāris gadsimtu. Sākotnēji tā bija medikaments. Dažu gadsimtu laikā kafija kļuvusi par otro biežāk patērēto šķidrumu aiz ūdens un otro ienesīgāko peļņas veidu aiz naftas Kafijas vēsture Par kafijas dzimteni tiek uzskatīta Etiopija, ārpus tās pirmie kafiju sākuši audzēt Jemenas iedzīvotāji – tur tā nonākusi ap 575. gadu. Pirmie teksti par mērķtiecīgu kafijas auga daļu lietošanu atrasti arābu ārstu 10. un 11. gadsimta pierakstos. Brazīlija, no kuras mūsdienās nāk lielākā daļa pasaulē patērētās kafijas, savu pirmo kafijas plantāciju ieguva Parā 1727. gadā. 1730. gadā briti kafiju nogādāja Jamaikā, tādējādi aizsākās ekskluzīvās kafijas Jamaica Blue Mountain vēsture. Tikai 18. gadsimta beigās kafiju sāka audzēt Gvatemalā, Kubā, Kostarikā. 1887. gadā francūži kafijas kokus nogādāja Vjetnamā, kur kafijas plantācijas strauji izpletās un kas kļuva par vienu no lielākajām kafijas piegādātājām pasaulē.

Vēstures dokumentos ir liecības arī par mēģinājumiem audzēt kafiju stikla kupolos Latvijā. Rīgas ostā, iespējams, 17. gadsimtā kopā ar tirgotājiem nonākušas pupiņas, kuras turpat, Rīgā, mēģināts audzēt. Par to, cik veiksmīgs bijis šis process, vēsture klusē.

Pupiņu ceļš Kafijas pupiņu ceļš no koka līdz krūzītei ir garš, un tajā nodarbināti ap 125 miljoniem cilvēku visā pasaulē. No vairākiem desmitiem kafijkoku sugu patērētāji pazīst divas kafijas šķirnes:

1. arabikas (*Coffea arabica*), kuras dzimtene ir Etiopija
2. robustas (*Coffea canephora (robusta)*), kuras mājvieta ir Kongo.

Nedaudz komerciāliem nolūkiem tiek kultivēta arī liberika (*Coffea liberica*) un excelsa (*Coffea dewevrei*), ko pēdējos gados uzskata par vienu šķirni. 3–4 gadus pēc kafijas pupiņas iestādīšanas koku zaros uzplaukst balti ziedi ar jasmīnam līdzīgu smaržu.

Koši sarkanie un dzeltenie kafijas augļi, saukti par ķiršiem, gatavojas 9–11 mēnešus. Augļu novākšanas process lielākajā daļā plantāciju joprojām ir roku darbs. Kafijas pupiņas pēc novākšanas tiek apstrādātas ar vienu no trīs metodēm: sauso, slapjo vai jaukto. Vecākā un lētākā ir sausā metode: pupiņas izklāj uz līdzenas virsmas un apmaisot aptuveni mēnesi kaltē saulē. Modernāka ir slapjā metode, kad kafiju uzreiz pēc novākšanas mērcē un kopā ar ūdeni izlaiž caur aparatūru, atdalot pupiņas no apvalka un mīkstuma. Pēc tam pupiņas tiek ievietotas fermentācijas tvertnēs. Pupiņas, kuras vairs apņem tikai plāna ādiņa, tiek žāvētas saulē, līdz sasniedz 11 % mitruma. Sasniedzot ideālo stadiju, pupiņas tiek glabātas maksimāli 12 mēnešus. Tikai pirms izsūtīšanas tām tiek noņemta sakaltusī čaula (ādiņa) un nopolēta virsma. Lai iegūtu bezkofeīna kafiju, pupiņas tiek nosūtītas uz speciālām rūpnīcām, kur tās apstrādā ar tvaiku, mērcē šķīdinātājā (vai ūdenī), izšķīdinot kofeīnu. Vēlāk pupiņas tiek izžāvētas un apsmidzinātas ar mērcējamo šķīdumu, lai atgūtu tām raksturīgo garšu un smaržu.

Pēc Eiropas Kafijas federācijas (European Coffee Federation) datiem, 2010. gadā Latvija importējusi 8300 tonnu kafijas, 2011.gadā 8460 tonnu kafijas, no kurām 2400 tonnu reeksportētas, bet 2012.gadā importēti 9500 tonnu kafijas.

Latvija saražo tikai 10–12 % vietējā tirgū patērētās kafijas, bet Vācija – 80 %, spējot saražot arī citiem un reeksportējot vairāk nekā jebkura cita valsts Eiropā (pēc ICO datiem – vairāk nekā 0,5 miljonus tonnu gadā). Jāpiebilst, ka pasaulē lielākās kafijas audzētājas un eksportētājas ir Brazīlija, Vjetnama un Indonēzija.

Kafijas cena Kas nosaka kafijas cenu? Birža. Ņujorkas preču biržā regulē arabikas, Londonas biržā – robustas kafijas cenu. Šogad arabikas cena nokritusies līdz 2009. gada līmenim, bet robustas – sasnēgusi zemāko atzīmi pēdējo trīs gadu laikā: 22. oktobrī tie bija 8,2 dolāri par vienu mārciņu. Zemās cenas tiek skaidrotas ar pārpalikumiem, kas izveidojušies pēc pagājušā gada labās ražas. Vērojot pašreizējās tendences, jāsecina, ka cenu kritumam

nevajadzētu turpināties ilgi, jo šogad Centrālamerikas kafijas plantācijās uzplaiksnījusi kafijas lapu rūsa. Salvadorā slimība skārusi 75 % kafijas koku. Epidēmija tiek uzskatīta par nopietnāko kopš 1976. gada. Septembrī, savukārt, tika paziņots par melnā ķirmja (Black Coffee Twig Borer) izplatību Kongo, Kenijā, Tanzānijā, Ugandā u. c. Āfrikas austrumu un centrālās daļas valstīs. 40 % inficēto robustas koku jau gājuši bojā. Tiek prognozēts, ka šie notikumi ietekmēs 2013./2014. gada kafijas ražu un cenas.

Pēc ICO datiem, mazumtirdzniecībā kafijas cena Latvijā 2012. gada decembrī bijusi ceturrtā augstākā Eiropas Savienībā (ES) – 8,14 dolāri par mārciņu (0,4536 kg). Dārgāka tā bijusi tikai Maltā, Lielbritānijā un Itālijā. Situāciju neuzlabo fakts, ka Latvija ir viena no piecām ES valstīm, kur kafija tiek aplikta ar akcīzes nodokli. Katrs kilograms kafijas, kas tiek realizēts Latvijā, tiek aplikts ar 1 lata nodokli, kurš, protams, tiek pievienots mazumtirdzniecības cenai. Ar akcīzes nodokli grauzdēta kafija tiek aplikta arī Beļģijā (EUR 0,2479 kg), Dānijā (DKK 6,54 kg), Vācijā (EUR 2,19 kg) un Rumānijā (EUR 225 t). Interesanti, ka Lielbritānijā, kur mazumtirdzniecībā kafija maksā visdārgāk ES, pievienotās vērtības nodoklis (PVN) ir 0 %, savukārt bagātajā Luksemburgā – 30 %, Latvijā un Lietuvā – 21 %. Akcīzes nodoklis un pilnais PVN kafiju Latvijā padarījuši par nesamērīgi dārgu produktu. Tas esot viens no iemesliem, kādēļ kafijas patēriņš mazumtirdzniecībā katru gadu krītas. Lai kafiju padarītu pircējiem pievilcīgāku cenas ziņā, tā mazumtirdzniecībā regulāri tiek pārdota ar atlaidi.

2012. gadā Latvijā izlietas nedaudz vairāk par 6000 tonnām kafijas, bet viens iedzīvotājs vidēji patērējis 3,4 kilogramus. Pieprasījums ir, jūtami tas pieaug t. s. HoReCa segmentā, kur vairāk pērk grauzdētās pupiņas. Iespējams, kafijas patēriņš sarūk mājsaimniecībās, cilvēkiem aizvien biežāk dodoties baudīt to ārpus mājām. Paaugstinoties ienākumiem, cilvēkiem novērtējot kvalitāti un individuālu pieeju, pieaug pieprasījums pēc svaigi maltas, īpaši izvēlētas kafijas. Izrādās, mūsu kaimiņi igauņi un lietuvieši kafiju patērē vairāk par mums; arī importa un reeksporta ziņā viņi mūs apsteidz.

Kopējā apjoma ziņā lielākie kafijas patērētāji ir amerikāņi, brazīlieši un japāņi, savukārt Eiropā kafiju visvairāk patērē vācieši. Attīstoties ekonomikai, kafijas dzērieni aizvien populārāki kļūst Centrālamerikā un Āfrikā.

Kontrabandas prece, runājot par kafijas nozari, izceļ kādu problēmu, kuru saista ar pārāk augsto kafijas cenu, salīdzinot ar joprojām zemajiem ienākumiem. Cilvēki atrod veidu, kā pie kafijas tikt lētāk, tādēļ tā ir kļuvusi par kontrabandas preci. Statistikā šādi realizēta kafija nefigurē, tāpēc tiek uzrādīts patēriņa samazinājums un valsts kasē nenonāk nauda. Īpaši Latvijā ir jūtama akcīzes nodokļa ietekme: kad kafijas cenas pasaulē ievērojami samazinās – citviet kafija kļūst lētāka, pie mums tā tomēr ir par latu kilogramā dārgāka [10].

Kafijas tirdzniecības tirgū darbojas aptuveni 20 uzņēmumu, no kuriem daāl ir arī tādu, kuri pārod iepirkto kafiju nelegāli, nemaksājot PVN un akcīzes nodokli, tāpēc nevar arī izsecināt, cik ir īstais ievestās kafijas daudzums un arī uz vietas realizētais [37].

3.1. tabula

SIA „German Products Baltics” kafijas realizācija 2010.g. – 2012.g., tonnās *

Rādītājs	2010	2011	2012
Ievestā Kafija	36.15	70.96	80.23
Pārdotā Latvijā	23.86	57.34	67.25
Pārdotā Igaunijā	2.24	6.47	4.31
Pārdotā Lietuvā	8.51	2.70	1.87
Kopā pārdots	34.62	66.51	73.43

* Autora veidota tabula pēc 37 literatūras avota

Pētot 3.1. tabulas datus autors secina, ka katru gadu uzņēmuma ievestās kafijas apjoms palielinās. 2011.gadā salīdzinot ar 2010.gadu ievestais kafijas apjoms ir gandrīz dubultojies sasniedzot 70.96 tonnas kafijas. Neliels pieaugums ir 2012.gadā, kad tika ievestas 80.23 tonnas kafijas. Vislielākais noieta tirgus ir iekšzemes tirgus jeb Latvijas tirgus, nākamais ir Igaunija tirgus un uz Lietuvu tiek reeksportēts pavisam nedaudz 2012.gadā – 1.87 tonnas kafijas, jo tendence ir katru gadu samazināties aizvestajam daudzumam uz Lietuvu.

Zīdaiņu uzturu un pārtiku uzskata par atsevišķu konkrētu tirgu un nodala no pieaugušo pārtikas. Zīdaiņu un pazu bērnu pārtiku var iedalīt šādās piecās bērnu pārtikas grupās, kas nav savstarpēji aizvietojamās viena ar otru:

1. Maltītes – visa veida biezeņi,
2. Putras,
3. Dzērieni un sulas, kā arī ūdens,
4. Uzkodas – cepumi, saisiņu,
5. Mātes piena aizstājēji un formulas (mākslīgi papildu ēdināšanas maisījumi zīdaiņiem).

Bērnu pārtikas preču realizācijai var noteikt vairākus līmeņus, kas veido savu konkrēto ģeogrāfisko tirgu., ņemot vērā pircēja iepirkšanās specifiku. Konkrētās preces tirgu veido ražotāja – vairumtirgotāja līmenis, vairumtirgotāja – mazumtirgotāja līmenis, mazumtirgotāja – patērētāja līmenis. Bērnu pārtika tiek izplatīta caur vairumtirgotājiem vai mazumtirgotājiem, to tieši importējos. Galvenais bērnu pārtikas realizācijas kanāls ir lielveikali, tāpēc

vairumtirgotāju pārdošanas apjomi lielā mērā ir atkarīgi no tā, ar cik plašu sortimentu, kādas cenas un atlaides vairumtirgotājs var piedāvāt lielveikalam (mazumtirdzniecības tīklam), mazāk tas ietekmē tirdzniecību aptiekās un bērnu preču veikalos.

Lai gan bērnu pārtikas tirdzniecībā konkurence ir asa, tomēr nepastāv īpaši šķēršļi, kas traucētu jaunu vairumtirgotāju ienākšanu tirgū. Svarīgākās barjeras iekļūšanai tirgū ir līgums ar ražotāju un līgumi ar mazumtirgotājiem par produktu realizāciju, mātes piena aizstājēju gadījumā arī produkta reģistrācija. Ierobežojoša barjera ir reklāmas ierobežojumi mātes piena aizstājējiem un noteiktas prasības attiecībā uz marķējumu. Ik gadu trīs līdz četri tirgus dalībnieki ienāk vai iziet no bērnu pārtikas tirdzniecības tirgus.

Vidēji viens vairumtirgotājs pārstāv 2 – 6 preču zīmes. Vairumtirgotāju produktu noieta veicināšanā mazumtirdzniecības līmenī ir atkarīgi no pediatru rekomendācijām, jo reklāma, akcijas un citi atbalsta pasākumi attiecībā uz mātes piena aizstājējiem ir ierobežoti. Vairumtirgotāji, lai veicinātu produkta pārdošanu, rīko akcijas arī mātes piena aizstājējiem, lai gan šo produktu pārdošana mazumtirdzniecībā par pazeminātu cenu saskaņā ar pastāvošo normatīvo regulējumu nav atļauta.

Bērnu pārtikas tirgū var izdalīt divus cenu līmeņus – zemu un augstu. Produkta piederību konkrētajam cenu līmenim ietekmē izmantotās izejvielas, pielietotās tehnoloģijas un to sarežģītība. Visdārgākā produktu grupa ir speciālie, ārstniecības produkti, bet vislētākā ir standarta piena maisījumi veselīgiem zīdaiņiem. Viena produkta cenas amplitūda dažādās tirdzniecības vietās var svārstīties aptuveni 20% robežās, gan mātes piena aizstājējiem, gan putru maisījumiem [32].

Vairumtirgotāju skaitam, kas darbojas bērnu pārtikas tirgū, ir prognozējams pieaugums, šobrīd šajā tirgū darbojas aptuveni 10 uzņēmumu no kuriem tikai 1 ražo bērnu pārtiku Latvijā, bet pārējie to importē no Eiropas Savienības valstīm, pārsvarā Vācijas un Holandes [37].

Izpētot kafijas un bērnu pārtikas tirgu, SIA „German Products Baltics” pārdošanas nodaļa ir secinājusi, ka tiešie konkurenti gan pēc produktu cenas, gan izplatīšanas kanāliem kafijas tirgū ir SIA „Arkon BS”, bet bērnu pārtikas tirgū SIA „Nutricia” [37].

SIA "Arkon BS" ir Julius Meinl oficiālais izplatītājs Latvijā. Uzņēmums ir dibināts 2004.gada 7.oktobrī, tā pamatkapitāls ir 2000 latu, darbības veids ir kafijas, tējas, kakao un garšvielu vairumtirdzniecība [16].

Julius Meinl ir viens no vadošajiem un arī senākajiem kafijas ražotājiem Eiropā - jau vairāk nekā 140 gadus Julius Meinl specializējas augstākās kvalitātes kafijas ražošanā. Uzņēmums ir uzkrājis unikālas zināšanas un pieredzi kafijas atlasē, apstrādē, grauzdēšanā, uzglabāšanā un citos ar kafijas ražošanu un pagatavošanu saistītos procesos. Julius Meinl speciālisti ir vadošie savas nozares eksperti. Tieši unikālās zināšanas un pieredze viņiem ļauj

līdz niansēm pārzināt kafijas ražošanas procesu un nodrošināt visaugstāko kafijas kvalitāti tās neatkārtojamā garšā un aromātā. Saviem kafijas maisījumiem Julius Meinl izvēlas tikai augstākās kvalitātes Arabica šķirnes kafijas pupiņas no pasaules labākajiem kafijas audzētājiem, kuru plantācijas atrodas iekoptajos Centrālās un Dienvidamerikas, Papua, Jaungvinejas, Indijas, Kenijas un Etiopijas kalnu apgabalos. Latvijā Julius Meinl piedāvā dažādus kafijas pupiņu maisījumus un maltās kafijas, kas ir teicama izvēle gan individuālai lietošanai, gan restorāniem, viesnīcām un kafejnīcām [14].

Bērnu pārtikas tirgū SIA „German Products Baltics” galvenais konkurents ir SIA „Nutricia”, kurš ir dibināts 2008.gada 17.septembrī [25]. SIA „Nutricia” izplata bērnu pārtikas produktus zem šādim zīmoliem – Milupa, Aptamil, Tuteli un Nutricia. Iepriekš uzņēmums saucās SIA „Nutricia Latvia”, kurš piederēja starptautiskam uzņēmumam Nutricia International B.V, bet kopš 2008.gada, kad SIA „Nutricia Latvia” nopirka 100% kapitāldaļas no SIA „Amajja”, tā ir SIA „Nutricia” [3].

3.2. SIA „German Products Baltics”, konkurentu un nozares rādītāji

Autors šajā apakšnodaļā apskatīs uzņēmuma, konkurentu un nozares svarīgākos rādītājus, lai tos salīdzinātu un noteiktu uzņēmuma darbības rezultātus, kas ir svarīgi uzņēmuma vadībai un īpašniekiem, lai pieņemtu lēmumus uzņēmuma tālākas darbības turpināšanai.

Lai gan uzņēmuma rādītājus veido kopsummas no bērnu pārtikas un kafijas vairumtirdzniecības, tomēr šīs nozares tiks atsevišķi apskatītas un salīdzinātas ar SIA „German Products Baltics” rādītājiem. Kafijas nozarē 2010.gadā darbojās 146 uzņēmumi, 2011.gadā 147, bet vislielākais skaits ir bijis 2012.gadā, kad kafijas nozarē ir darbojušies 158 uzņēmumi. Nespecializētajā vairumtirdzniecībā 2010.gadā darbojās 1046, 2011.gadā 960 un 2012.gadā 1061 uzņēmums. Starp abu nozaru darbojošiem uzņēmumiem ir liela starpība to skaitā, bet tas saistīts ar to, ka kafijas nozare ir specifiska, bet nespecializētajā vairumtirdzniecībā darbojas uzņēmumi, kuri ne tikai tirgo bērnu pārtiku, bet arī citus produktus.

SIA „German Products Baltics”, nozares un konkurentu rādītāji nespecializētajā vairumtirdzniecībā 2010. – 2012. Gadam*

Rādītājs	Nozares rādītāji			German Products Baltics			Nutricia		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Apgrozījums (mediāna); Ls	33600	36210	45762	1205914	1851021	2087324	5753279	5743348	6160843
Peļņa pirms nodokļiem (augšējā); Ls	2920	5299	6059	36025	61802	39075	-97269	73425	6860
Peļņa pēc nodokļiem (augšējā); Ls	2516	4402	5086	34391	49020	30653	-98302	43617	-1061
Pašu kapitāls (mediāna); Ls	959	1200	1560	-168268	1602	32255	126134	169751	118690
Kopējais likv.koef.(vidējais)	15.21	55.41	14.07	1.21	1.24	1.23	0.98	1.01	1
Debitoru aprite dienās (vidējais)	503.01	820.55	526.78	49.78	50.62	68.12	128.56	129.17	125.31
Krājumu aprite dienās (vidējais)	29683.16	8223.09	6731.01	89.32	46.71	58.55	30.16	31.87	28.71
Parāds pret pašu kapitālu (vidējais)	17.86	8.75	5.99	-4.01	470.77	30.15	23.88	23.88	24.06
Kapitāla atdeve/pašu kapitāla rent. (vidējais); %	-60.59	-96.45	684.01	-20.44	3059.93	95.03	-77.93	25.7	-0.89
Bruto peļņa (vidējais); %	11.24	9.81	-17.81	23.81	23.88	27.74	32.23	33.66	30.99
Darbinieku skaits (mediāna)	2	2	2	16	17	18	27	27	33

* Autora veidota tabula pēc Lursoft datubāzes un uzņēmuma pārskatiem [24, 27, 28, 29, 30, 31, 34, 35, 36]

Analizējot 3.2. tabulas rādītājus, var secināt, kas SIA „Nutricia” ir lielāks uzņēmums par SIA „German Products Baltics” gan pēc apgrozījuma, gan pēc darbinieku skaita. Abiem uzņēmumiem rādītājs peļņa pirms nodokļiem un peļņa pēc nodokļiem ir labāki nekā nozarē kopumā, „German Products Baltics” gan 2010.gadā, gan 2011.gadā, gan 2012.gadā ir strādājis ar peļņu, bet „Nutricia” 2010.gadā bija ievērojami zaudējumi. Nozarē pašu kapitāls ir mazs, „Nutricia” viso gados tas ir lielāks par 100 000 Ls, bet „German Products Baltics” tas 2010.gadā ir negatīvs, 2011.gadā uzlabojies līdz pozitīvam, bet 2012.gadā jau ievērojami audzis. Kopējā likviditāte abiem uzņēmumiem ir ap 1, kas ir pietiekami, bet nozarē šis rādītājs visos gados ir krietni augstāks, 2011.gadā par sasniedzot 55.41. Debitoru aprīte nozarē notiek ļoti lēni, visos trīs gados tas pat notiek ilgāk par gadu, 2011.gadā pārsniedzot par divus gadus, savukārt abos apskatītajos uzņēmumos tas notiek ātrāk par gadu, „Nutricia” vidēji 130 dienās, bet „German Products Baltics” 60 dienās, kas ir divas reizes ātrāk salīdzinājumā ar konkurentu. Krājumu kustība „Nutricia” notiek ļoti strauji, „German Products Baltics” tas notiek lēnāk, krājumu periods līdz nonākšanai pie pircēja 2010.gadā bija 89 dienas, bet 2012.gadā šis rādītājs ir uzlabojies līdz 59 dienām. Parāds pret pašu kapitālu nozarē ir ļoti labs, ka snozīmē, ka uzņēmumi cenšas izmantot vairāk savu kapitālu un mazāk aizņemties, bet „Nutricia” šis rādītājs visos gados ir līdzīgs un aizņemtais kapitāls ir krietni vairāk nekā pašu kapitāls. „German Products Baltics” šis rādītājs 2010.gadā ir negatīvs, jo negatīvs bija pašu kapitāls, bet 2011.gadā tas ir ļoti liels, jo pašu kapitāls bija mazs, savukārt 2012.gadā tas ir uzlabojies, bet tomēr ļoti slikts attiecībā pret nozares rādītāju, kas ir 8.75. Kapitāla atdeve jeb pašu kapitāla rentabilitāte nozarē 2010.gadā un 2011.gadā ir negatīva, bet 2012.gadā tā bija 684.01%. „German Products Baltics” šis rādītājs vislabākais ir bijis 2011.gadā, kas izskaidrojams ar mazo pašu kapitālu, bet „Nutricia” kapitāla atdeve ir pozitīva tikai 2011.gadā, kas ir 25.70%, kas ir mazāk par konkurentu rādītāju, bet labāks par nozares rādītāju. Buto peļņa „German Products Baltics” vidēji visos gados ir bijusi 23%, savukārt „Nutricia” tā ir bijusi labāka un vidēji 31%, bet abiem uzņēmumiem šie rādītāji ir labāki nekā nozares vidējie.

Kopumā autors secina, ka abu uzņēmumu rādītāji ir labāki nekā visas nozares rādītāji, bet gan „German Products Baltics”, gan „Nutricia” rādītāji ir visai līdzīgi, bet „Nutricia” ir krietni lielāks uzņēmums un tā pašu kapitāls ir lielāks un visos gados pozitīvs, savukārt „German Products Baltics” visus trīs gadus ir strādājuši ar peļņu un ar katru gadu ievērojami palielinājuši savu apgrozījumu.

SIA „German Products Baltics”, nozares un konkurentu rādītāji kafijas vairumtirdzniecībā 2010. – 2012. Gadam*

Rādītājs	Nozares rādītāji			German Products Baltics			Arkon BS		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Apgrozījums (mediāna); Ls	38279	44125	44253	1205914	1851021	2087324	768906	761012	714446
Peļņa pirms nodokļiem (augšējā); Ls	7643	5563	11891	36025	61802	39075	51470	63683	15489
Peļņa pēc nodokļiem (augšējā); Ls	6291	4853	10045	34391	49020	30653	44583	56287	13800
Pašu kapitāls (mediāna); Ls	1615	1278	1016	-168268	1602	32255	99832	153846	165803
Kopējais likv.koef.(vidējais)	11.85	11.46	50.21	1.21	1.24	1.23	1.41	1.86	2.02
Debitoru aprite dienās (vidējais)	738.96	248.89	497.99	49.78	50.62	68.12	43.69	63.46	57.28
Krājumu aprite dienās (vidējais)	184.93	345.75	345.61	89.32	46.71	58.55	99.98	94.68	89.12
Parāds pret pašu kapitālu (vidējais)	3.06	4.2	-45.77	-4.01	470.77	30.15	2.45	1.29	0.98
Kapitāla atdeve/pašu kapitāla rent. (vidējais); %	-49.71	61.93	-134.36	-20.44	3059.93	95.03	45.21	36.56	8.32
Bruto peļņa (vidējais); %	0.15	-6.57	-92.76	23.81	23.88	27.74	19.96	16.69	10.09
Darbinieku skaits (mediāna)	3	3	2	16	17	18	10	8	6

* Autora veidota tabula pēc Lursoft datubāzes un uzņēmuma gada pārskatiem [17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 34, 35, 36]

Izpētot 3.3. tabulas rādītājus, var secināt, ka SIA „Arkon BS” ir mazāks uzņēmums par SIA „German Products Baltics” gan pēc apgrozījuma, gan pēc darbinieku skaita. Abiem uzņēmumiem ir bijusi gan peļņa pirms nodokļiem, gan arī peļņa pēc nodokļiem. Pēc 3.3. tabulas datiem redzams, ka nozarē lielākā peļņa ir sasniegta 2012.gadā, savukārt abiem uzņēmumiem tā ir sasniegta 2011.gadā un 2012.gadā novērojams peļņas kritums, kas īpaši izteikts ir „Arkon BS”. Nozares pašu kapitāls ir minimāls, bet „Arkon BS” tas ir pozitīvs un ļoti labs visus trīs gadus, savukārt „German Products Baltics” tas ir daudz sliktāks, jo 2011.gadā tas ir pat negatīvs. Kopējā likviditāte nozarē ir izteikti augsta 2012.gadā, bet pārējos gados šis koeficients ir vidēji 11, bet „German Products Baltics” kopējā likviditātes rādītājs ir ap 1, bet „Arkon BS” tas katru gadu uzlabojās līdz 2012.gadā tas ir sasniedzis 2.02. Abiem uzņēmumiem debitoru aprīte notiek daudz ātrāk nekā kafijas vairumtirdzniecības nozares rādītāji, kas 2012.gadā bija 498 dienās jeb ilgā par vienu gadu. Krājumu aprīte „German Products Baltics” pēdējos divos gados notiek ātrāk nekā „Arkon BS”, bet skatoties nozares rādītāju, tad var redzēt, ka pēdējos divos gados šis laika periods ir ievērojami palielinājies, ja 2010.gadā tas prasīja 185 dienas, tad jau 2012.gadā tas prasa 346 dienas, lai krājumi tiktu pārdoti. Parāds pret pašu kapitālu nozarē 2010.gadā un 2012.gadā bija 3.06 un 4.20, bet 2012.gadā tas jau ir negatīvs. „German Products Baltics” tas ir negatīvs 2010.gadā, ļoti augsts 2011.gadā un 2012.gadā tas ir 30.15, bet „Arkon BS” šis rādītājs katru gadu samazinās līdz 2012.gadā ir 0.98, kas nozīmē, ka pašu kapitāls ir lielāks par aizņemtajiem līdzekļiem un uzņēmums ir stabilāks. Pašu kapitāla rentabilitāte nozarē pozitīva ir tikai 2011.gadā, kas ir 61.93%, bet „German Products Baltics” tā ir negatīva 2011.gadā un pārējos gados pozitīva, savukārt „Arkon BS” tā katru gadu samazinās. Bruto peļņa nozarē 2010.gadā ir 0.15%, bet pārējos divos gados negatīva, turpretī „German Products Baltics” tā katru gadu palielinās, bet „Arkon BS” katru gadu samazinās. Novērojams, ka „German Products Baltics” katru gadu palielina minimāli savu darbinieku skaitu līdz ar apgrozījuma pieaugumu, bet „Arkon BS” samazinoties apgrozījumam katru gadu, samazina arī savu darbinieku skaitu.

Pēc datiem autors secina, ka gan „German Products Baltics”, gan „Arkon BS” rādītāji ir labāki par nozares rādītājiem, bet ja salīdzina uzņēmumu rādītājus, tad nākas secināt, ka „German Products Baltics” tie ir labāki, jo aug apgrozījums, kas norāda uz tirgus paplašināšanos un bruto peļņas pieaugums.

3.3. SIA „German Products Baltics” SVID analīze un nākotnes perspektīvas

Pamatojoties uz SVID analīzes teoriju, kura tika apskatīta diplomdarba pirmajā nodaļā, autors veic SIA „German Products Baltics” SVID analīzi, lai pielietotu iegūtos rezultātus uzņēmuma nākotnes darbības plānošanai un apskatītu to kopā ar finanšu analīzes rezultātiem.

3.4. tabula

SVID analīze SIA „German Products Baltics”*

Iekšējie faktori	
Stiprās puses	Vājās puses
<ul style="list-style-type: none"> • Pieredzējuši darbinieki; • Lielākajai daļai darbinieku ir augstākā izglītība; • Pārbaudīti piegādātāji un sadarbšanās daudzu gadu garumā; • Uzņēmuma īpašnieki ir arī valdes locekļi un darba ņēmēji; • Dažādi izplatīšanas kanāli – lielveikali, aptiekas, mazie uzņēmumi; • Ātra pielāgošanās tirgus un konkurentu cenām; • Birokrātiskā struktūra; 	<ul style="list-style-type: none"> • IT jomas speciālista trūkums; • Mājaslapas neesamība un nedarbošanās sociālajos portālos; • Noliktavas darbinieku nepietiekošais skaits; • Parādnieku (debitoru) apzināšanas sistēmas neesamība; • Apgādes un pārdošanas nodaļu nepietiekoša komunikācija; • Svētku darba grafika plānošanas vēlums; • Atvaļinājumu plānošanas nepieciešamība
Ārējie faktori	
Iespējas	Draudi
<ul style="list-style-type: none"> • Sortimenta paplašināšanas iespējas, jo uzņēmums ir pierādījis sevi kā uzticamu partneri; • Ģeogrāfiskais izvietojums Baltijas valstu starpā; • Nozares izaugsme; • Sadarbības partneri no Krievijas; • Īpašnieku vēlme palielināt pamatkapitālu 2013.g; • Individuāla pieeja katram klientam 	<ul style="list-style-type: none"> • Euro ieviešana un tās izmaksas; • Nodokļu politikas izmaiņas valstī; • Akcīzes nodokļa paaugstināšanās; • Demogrāfiskās situācijas pasliktināšanās valstī; • Atkarīgi no pārvaldītāju kompānijām; • Izmaiņas produktu marķējumos; • Kafijas biržas straujas izmaiņas; • Vācijas īpašnieku vēlme pārdot vai likvidēt uzņēmumu.

*Autora veidota tabula

Izvērtējot SVID analīzi, autors secina, ka uzņēmumam ir vienāds skaits stipro un vājo pušu. Darbinieki uzņēmuma ir īpaši vērtīgi, jo ir izglītoti un ar lielu pieredzi savā darbības sfērā. Tā kā uzņēmuma īpašnieki ir arī darba ņēmēji un nodaļu vadītāji, tad tiek saīsināts birokrātiskais process, kā rezultātā uzņēmums ir elastīgs ātrām izmaiņām. Vadībai ir izteikta vēlme veiksmīgi strādāt un rūpēties par uzņēmuma un darbinieku labklājību. Stiprā puse ir ātra pielāgošanās tirgum un konkurentiem, jo uzņēmumā pastāv birokrātiskā struktūra un katram ir skaidrs par kādu jautājumu ir jāgriežas pie sava vadītāja un kā jārikojas, tādējādi izpaliek laikieltilpīgā lēmumu saskaņošana, kas ir lielajos uzņēmumos.

Analizējot SIA „German Products Baltics” vājās puses, autors secina, ka pieaugot apgrozījumam, var rasties un reizēm jau rodas problēmas ar produktu sakomplektēšanu noliktavā, būtu nepieciešams vēl vismaz viens cilvēks. Pastāv grūtības aizstāt darbiniekus, ja tie ir ilgstošā atvaļinājumā vai uz slimības lapas, kas apgrūtina darbu pārējām nodaļām. Uzņēmumam nav pilnvērtīgas mājaslapas un nenotiek produktu reklamēšana sociālajos tīklos, kas mūsdienās ir īpaši svarīgs līdzeklis klientu piesaistīšanai. Pēc autora domām uzņēmumam vajadzētu izstrādāt debirotu parādu apzināšanas sistēmu, kas notiktu vairākos etapos – sākot ar epasta atgādinājumiem, pēc tam zvaniem un beidzot ar parādu kantoru piesaistīšanu, jo pagaidām sistēma ir tāda, ka notiek tikai zvanīšana parādnieceim, ja tie kavē mēnesi un ilgāk, kas jau apgrūtina uzņēmuma finanses, jo ar piegādātājiem jānorēķinās ir ātrāk.

Pēc autora domām, uzņēmuma iespējas vairāk ir saistīts ar piegādātājiem un sortimenta paplašināšanos. Kā lielākā iespēja ir sadarbības piedāvājums no Krievijas piegādātāja ar priekšlikumu izplatīt viņu produkciju, kas ir kazas piena maisījumi, Baltijas valstīs, jo līdz šim Latvijā šādu produkciju izplata viens uzņēmums SIA „Partnerlink”, kas izplata Nanny preču zīmes produkciju. Īpašnieku papildus ieguldījums pamatkapitālā ļautu uzņēmumam tikt pie brīviem naudas līdzekļiem, kurus varētu ieguldīt mārketinga pasākumos popularizējot mazāk zināmos uzņēmuma zīmolus.

Draudi vairāk attiecas uz nodokļiem, kas mainās katru gadu un ilgākā termiņā ir neprognozējami. Draudi ir arī no likumdošanas puses, kas var skart bērnu pārtikas sastāvu un marķējumus. 2014.gada 1.janvārī valstī būs euro, kas var ietekmēt uzņēmuma darbību jaunā gada pirmajās dienās un norēķinus ar klientiem, piegādātājiem, darbiniekiem. Priekš uzņēmuma svarīgi ir demogrāfiskie statistikas dati, kuri Latvijā pēdējos gados neuzlabojas, kas nozīmē, ka bērnu pārtikas un preču produktiem realizācija var samazināties, tāpēc jāskaidrāk domāt laicīgi par Autors domā,ka izvērtējot draudus, tiem jau var laicīgi sagatavoties (īpaši euro ieviešanai), lai tas pēc iespējas mazāk ietekmētu uzņēmumu un tā klientus visās trīs Baltijas valstīs.

Autors 3.5. tabulā ir apkopojis aprēķinātos finanšu un maksātspējas rādītājus, lai redzētu kopainu, kāda uzņēmumam ir 2010., 2011. un 2012.gadā.

3.5. tabula

**SIA „German Products Baltics” finanšu un maksātspējas rādītāju apkopojums
2010.g. – 2012.g.***

Rādītājs	2010	2011	2012
Absolūtās likviditātes koef.	0.001	0.020	0.003
Starpseguma likviditātes koef.	0.64	0.71	0.69
Kopējais likviditātes seguma koef.	1.21	1.24	1.23
Gatavās produkcijas aprites ilgums (dienās)	89.32	46.71	58.55
Debitoru aprites ilgums (dienās)	49.78	50.62	68.12
Piegādātāju kredīta aprites ilgums (dienās)	61.69	72.88	101.49
Finansiālās neatkarības rādītājs	-0.33	0.01	0.04
Finansiālās atkarības rādītājs	1.33	0.99	0.96
Finansiālās sviras rādītājs	-	119.77	26.10
Procentu maksājumu seguma koef.	2.04	3.59	2.96
Kopējā aizdevuma seguma koef.	0.12	0.21	0.11
Realizācijas rentabilitāte	2.85%	2.65%	1.47%
Operatīvās darbības rentabilitāte	5.85%	4.63%	2.82%
Bruto peļņas rentabilitāte	23.81%	23.88%	27.74%
Investīciju rentabilitāte	3.82%	3.38%	1.67%
Kopkapitāla rentabilitāte	13.61%	4.82%	2.51%
Pašu kapitāla rentabilitāte	-	3059.93%	95.03%
E. Altmana Z" modelis	1.84	2.10	1.66
Fulmera H modelis	-4.24	1.24	-1.65

* Autora veidota tabula pēc 2.nodaļas aprēķinātajiem datiem

SIA „German Products Baltics” tālākai darbībai nākotnē var rasties grūtības norēķināties par savām saistībām, bet uzlabojot savu naudas plūsmu, uzņēmuma vajadzētu būt spējīgam atdot parādus laikā. Nākotnē likviditāte diez vai uzlabosies strauji, bet krājumi palielināsies, jo apgrozījums turpinās augt. Bruto peļņas rentabilitāte paliks 20% līmenī, bet pašu kapitāla rentabilitāte nostabilizēsies un atainos patieso situāciju. Maksātspēja uzņēmumam būs atkarīga no kreditoru un debitoru aprites, ko vadība plānos uzlabot. Attiecībā uz kafijas vairumtirdzniecības nozari pastāv draudi samazināties pārdotās kafijas daudzumam, ja pieaugs konkurentu nelegāli ievestās kafijas daudzums par ko nav samaksāts akcīzes nodoklis. Salīdzinot gan nespecializētās vairumtirdzniecības (bērnu pārtikas), gan kafijas vairumtirdzniecības nozares un ar konkurentiem, tad „German Products Baltics” rādītāji ir labi un salīdzinot ar katras nozares galvenajiem konkurentiem, autors secina, ka

šādu apskatu vajadzētu veikt katru gadu, lai varētu novērtēt gan tirgus, gan konkurentu darbības tendences. Nākotnē uzņēmumam ir perspektīva kļūt par tirgus līderi bērnu pārtikas nozarē un kafijas nozarē veiksmīgi konkurēt savā segmentā.

Bērnu pārtikas tirgū jaunu konkurentu ienākšana tirgū pašlaik nenotiek vai arī to daļa ir nenozīmīga. Nākotnē vajadzētu vairāk koncentrēties uz bērnu preču internetveikaliem, jo aizvien vairāk cilvēku izvēlas preces pasūtīt internetveikalā uz mājām, nevis iet uz veikalu un nopirkt, tāpēc vajadzētu padomāt par savu piegāžu dienesta izveidi un nodrošināšanu saņemot pasūtījumus operatīvi.

Vairāk vajadzētu koncentrēties uz Lietuvas tirgu un palielināt apgrozījumu tieši tajā, jo pagaidām pārdotās produkcijas apjoms ir neliels, bet Lietuvas tirgus ir lielākais Baltijas reģionā veidojot Latvijas un Igaunijas apgrozījumu. Igaunijas tirgū notiek lēna, bet pakāpeniska apgrozījuma pieaugums, kas dod stabilas pozīcijas „German Products Baltics” meitas uzņēmumam.

Autors uzskata, ka uzņēmuma nākotnes perspektīvas ir labas un pie esošā tempa var tikt sasniegti labi finansiālie rādītāji un uzņēmums turpinās paplašināties, kā arī attaisnos sevi kā labu un lojālu sadarbības partneri gan klientiem, gan piegādātājiem.

SECINĀJUMI

Pamatojoties uz darbā veikto pētījumu, autors ir nonācis pie šādiem secinājumiem:

1. „German Products Baltics” apgrozījums katru gadu aug, kas norāda uz uzņēmuma tirgus daļas palielināšanos, kā arī pareizu darbu un attīstību.
2. No bilances aktīva procentuāli lielu daļu veido debitori. 2011. gadā tie bija 49.3 %, bet 2012. gadā jau virs 50 % jeb 51.8 %.
3. Krājumus galvenokārt veido preces pārdošanai, jo uzņēmums neko neražo;
4. Īstermiņa kreditoros vislielāko īpatsvaru sastāda parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem, kas 2012. gadā ir 46.7 %;
5. SIA „German Products Baltics” 2010., 2011. un 2012. gadā ir strādājis ar peļņu
6. Uzņēmuma pamatkapitāls 2010. gadā veidojas 20 000 latu, bet 2011. gadā jau 140 000 latu, kas ir palielināts par 600%, ko ir palielinājuši visi uzņēmuma īpašnieki proporcionāli sev piederošajām uzņēmuma akciju daļām;
7. Kopējais likviditātes koeficients ir ļoti labs visos trīs gados, bet tas ir izskaidrojams ar lielo krājumu īpatsvaru, bet absolū'ta un starpseguma likviditāte ir nepietiekama, jo nav naudas līdzekļu;
8. Aktivitātes rādītāji gatavai produkcijai ir apmierinoši, debitoru aprīte ir ātrāka nekā kreditoru, kas nodrošina uzņēmuma saistību izpildi;
9. Uzņēmumā pašu kapitāls ir ļoti mazs (2012.g. – 3.2%), bet aizņemtais kapitāls ir liels (2012.g. – 96.3%), tādējādi uzņēmumam ir nestabila finanšu situācija;
10. SIA „German Products Baltics” peļņa visos gados ir pietiekama, lai samaksātu procentu maksājumus, bet ne pietiekama, lai samaksātu kredītus un izpildītu visas savas saistības, kas var apgrūtināt jauna kredīta ņemšanu;
11. Realizācijas rentabilitāte katru gadu ir samazinājusies – no 2.85 % 2010. gadā līdz 1.47 % 2012. gadā, jo peļņa neaug tik strauji cik apgrozījums, tāpēc rentabilitāte samazinās.
12. Investīciju rentabilitāte pēdējos 2 gados ir ļoti samazinājusies, kas nozīmē, ka uzņēmums neefektīvi izmanto aktīvus peļņas radīšanā
13. Pašu kapitāla rentabilitāte 2011.gadā bija 3059.93%, jo pašu kapitāls ir ļoti mazs, bet 2012. gadā bija 95%, kas ir labi.
14. Vismazākā bankrotēšanas iespējamība uzņēmumam ir 2011.gadā gan pēc E. Altmana Z'' metodes, gan pēc Fulmera H metodes, kad uzņēmumam ir nelielas problēmas, bet tās ir iespējams laicīgi novērst.

15. Galvenie konkurenti uzņēmumam ir SIA „Arkon BS” kafijas nozarē un SIA „Nutricia” bērnu pārtikas nozarē, jo uzņēmumi tirgo līdzīgas kvalitātes produktus tādā pašā cenu kategorijā;
16. Uz abu nozaru fona SIA „German Products Baltics” rādītāji ir labi, kas norāda, ka uzņēmums ir viens no nozares līderiem. Salīdzinot ar konkurentiem, visu uzņēmumu rādītāji ir līdzīgi;
17. SVID analīze palīdzēja noteikt SIA „German Products Baltics” stiprās puses, kas ir darbineiki, piegādātāji, elastīgums, vājās puses – darbinieku nepieciešamība, komunikācijas palielināšana, kā arī ārējos faktorus – iespējas (sortiments, nozare, partneri) un draudus (nodokļu politika, euro ieviešana);
18. Ne visi uzņēmuma rādītāji ir labi, bet vērtējot salīdzinājumā ar nozari, konkurentiem, „German Products Baltics” darbojas labi un nākotnē ir sagaidāms apgrozījuma pieaugums un tirgus daļas palielināšana Baltijas valstīs.

Pamatojoties uz pētījuma rezultātiem un galvenajiem secinājumiem, darba autors izvirza šādus priekšlikumus:

1. Uzņēmuma īpašniekiem vajadzētu ieguldīt nauda pamatkapitālā, lai uzņēmums kļūtu finansiāli stabilāks.
2. SIA „German Products Baltics” vadībai vajadzētu apsvērt iespēju pieņemt darbā 2 jaunus cilvēkus – finansista postenim, lai uzņēmuma budžets būtu saplānotāks un skaidrāks, jo tagad to dara uzņēmuma vadītājs un neprecīzi, un krājumu pasūtīšanas un plānošanas postenim, lai notiktu efektīvāka krājumu pasūtīšana un pārvalde, jo tagad ļoti daudz kapitāla ir iesaldēts krājumos, kuri stāv noliktavā jau vairākus gadus;
3. Pārdošanas nodaļai vajadzētu nodrošināt aktīvāku pārdošanas procesu, lai krājumu aprite būtu ātrāka un līdz ar to ieņēmumi lielāki;
4. Uzņēmuma pārdošanas nodaļai vajadzētu samazināt apmaksas periodu klientiem un no vairāk prasīt priekšapmaksu, īpaši no jaunajiem klientiem
5. „German Products Baltics” vadībai vajadzētu apsvērt par faktoringa līguma noslēgšanu ar lielākajiem Latvijas klientiem, lai uzņēmums iegūtu naudu īsākā laikā nekā tas notiek tagad;
6. Grāmatvedībai sadarbojoties ar uzskaites programmas nodrošinātājiem vajadzētu izstrādāt efektīvu debitoru parādu apzināšanas sistēmu, lai uzreiz no grāmatvedības programmas varētu sūtīt atgādinājuma epastus par apmaksas kavēšanu;

7. Grāmatvedībai vai finansistam vajadzētu veikt katru gadu uzņēmuma finanšu analīzi un salīdzināt rādītājus ar nozares un konkurentu rādītājiem, lai redzētu rādītāju dinamikas izmaiņu;
8. Grāmatvedībai vai finansistam rēķināt aprites koeficientus katru ceturksni, lai veidotos priekšstats par to izmaiņām;
9. Noliktavas vadītājam jāvēršas ar iesniegumu pie vadības par darbinieku skaita palielināšanu noliktavā;
10. Vadībai (īpašniekiem) noalgot ārpalpojumu, kas novērtēs uzņēmuma darbību, lai to varētu salīdzināt ar pašu veikto novērtējumu.

IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTI

1. LR likums *Gada pārskatu likums*. Pieejams: <http://www.likumi.lv/doc.php?id=66461>. (skatīts 11.06.2013)
2. LR likums *Maksātne spējas likums*. Pieejams: <http://likumi.lv/doc.php?id=214590>. (skatīts 23.10.2013)
3. Konkurences padomes lēmums Nr.130 *Par tirgus dalībnieku apvienošanu*. Pieejams: <http://likumi.lv/doc.php?id=165210> (skatīts 27.11.2013)
4. **Alsīņa R., Marinska K., Bojarenko J.** „Vadības grāmatvedība: teorija un prakse” 2011.g., Rīga, izdevējs: KIF „Biznesa komplekss”, 244 lpp.
5. **Boddy David** „Management an introduction, fourth edition”, University of glasgow, pearson education limited, 2008, 728 lpp.
6. **Daft Richard L.** „New era of management. Ninth edition”, Vanderbilt university, south-western, cengage learning, 2010, 698 lpp.
7. **Jones M.** „Financial Accounting. Second Edition” 2006.g., John Wiley&Sons – 478 lpp
8. **Kālis I.** „Finansu menedžments” 2004.g., izdevējs: Latvijas Universitāte, 190 lpp.
9. **Krogzeme H.** „Finanses un nodokļi” 2010.g., Rīga, izdevējs: Rīgas Tehniskās Universitātes izdevniecība, 568 lpp.
10. **Lībeka K.** „Kafija: no koka līdz krūzei”, Kapitāls, 2013.g., Nr.192, 120. – 123. lpp.
11. **Praude V.** „Menedžments. Trešais pārstrādātais un papildinātais izdevums”, Izdevējs: SIA Burtene, 2012, 496 lpp.
12. **Rūrāne M.** „Finanšu menedžments” 2006.g., Rīga, izdevējs: Rīgas Starptautiskā ekonomikas un biznesa administrācijas augstskola, 384 lpp.
13. **Šneidere R.** „Finanšu analīzes metodes uzņēmuma maksātne spējas prognozēšanai” 2009.g., Rīga, izdevējs: Lietišķās informācijas dienests, 232 lpp.
14. *Arkon BS SIA mājaslapa*. Pieejams: <http://www.meinl.lv/lv/produkcija/kafija> (skatīts 27.11.2013)
15. *Ko nozīmē NACE kods un NACE klasifikācija?* Pieejams: <http://www.pasnodarbinatie.lv/raksts/atbildes/ko-nozime-nace-kods-un-nace-klasifikacija/> (skatīts 22.11.2013)
16. Lursoft SIA „*Arkon BS*” *izziņa*. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/uznemuma-izzina/?&print=y&aid=32221S2WTJ&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
17. Lursoft SIA „*Arkon BS*” *finanšu analīze par 2010.gadu*. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URFINANALIZE&print=y&aid=32330S3EMV&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)

18. Lursoft SIA „Arkon BS” finanšu analīze par 2011.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URFINANALIZE&print=y&aid=32319S3CCJ&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
19. Lursoft SIA „Arkon BS” finanšu analīze par 2012.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URFINANALIZE&print=y&aid=32307S3BAF&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
20. Lursoft SIA „Arkon BS” gada pārskats par 2010.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URGPVID&print=y&aid=97027C980Z&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
21. Lursoft SIA „Arkon BS” gada pārskats par 2011.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URGPVID&print=y&aid=97007C95H4&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
22. Lursoft SIA „Arkon BS” gada pārskats par 2012.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URGPVID&print=y&aid=97001C943P&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
23. Lursoft Nozares finanšu koeficienti (46.37, Kafijas, tējas, kakao un garšvielu vairumtirdzniecība).Pieejams:<https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URNACEFINK&print=y&aid=31967OTURD&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
24. Lursoft Nozares finanšu koeficienti (46.90, Nespecializētā vairumtirdzniecība). Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URNACEFINK&print=y&aid=89449VPPOU&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
25. Lursoft SIA „Nutricia” izziņa. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/uznemuma-izzina/?&l=LV&&print=y&aid=11361FFU2O&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
26. Lursoft SIA „Nutricia” finanšu analīze par 2010.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URFINANALIZE&print=y&aid=21021QNOEB&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
27. Lursoft SIA „Nutricia” finanšu analīze par 2011.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URFINANALIZE&print=y&aid=21017QNNQW&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
28. Lursoft SIA „Nutricia” finanšu analīze par 2012.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URFINANALIZE&print=y&aid=19533QHMIN&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)

29. Lursoft SIA „Nutricia” gada pārskats par 2010.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URGPVID&print=y&aid=95763C2ZK6&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
30. Lursoft SIA „Nutricia” gada pārskats par 2011.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URGPVID&print=y&aid=95749C2XII&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
31. Lursoft SIA „Nutricia” gada pārskats par 2012.gadu. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=URGPVID&print=y&aid=95455C0G5V&lang=LV&lcurr=LVL> (skatīts 27.11.2013)
32. *Publiskais ziņojums par bērnu pārtikas tirdzniecības tirgus uzraudzību.* Pieejams: <http://www.kp.gov.lv/documents/4c067087da806dfd9c03f524539687a4236d46cd> (skatīts 16.11.2013)
33. *Saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija.* Pieejams: <http://www.liaa.gov.lv/lv/es-fondi/noderiga-informacija/saimniecisko-darbibu-statistiska-klasifikacija-nace-2-red> (skatīts 22.11.2013)
34. Uzņēmuma SIA „German Products Baltics” 2010. gada pārskats
35. Uzņēmuma SIA „German Products Baltics” 2011. gada pārskats
36. Uzņēmuma SIA „German Products Baltics” 2012. Gada pārskats
37. Uzņēmuma SIA „German Products Baltics” nepublicētie materiāli

PIELIKUMI

1. Pielikums. SIA „German Products Baltics” 2011.gada bilance un peļņas vai zaudējumu aprēķins

SIA German Products Baltics	40003980400	2011.g. 1.janvāris-31.decembris		
AKTĪVS	Piezīmes Nr.	Rindas kods	Pāskata perioda beigās	Gada sākumā
1. Ilgtermiņa ieguldījumi				
I. Nemateriālie ieguldījumi				
1. Pētniecības darba un uzņēmuma attīstības izmaksas		010		
2. Koncesijas, patenti, licences, preču zīmes un tamlīdzīgas tiesības		020	45417	46105
3. Citi nemateriālie ieguldījumi		021	5109	5282
4. Uzņēmuma nemateriālā vērtība		030		
5. Avansa maksājumi par nemateriālajiem ieguldījumiem		040		
I. KOPĀ :	9.1	050	50526	51387
II. Pamatlīdzekļi				
1. Zemes gabali, ēkas, būves un ilggadīgie stādījumi		060		
2. Ilgtermiņa ieguldījumi nomātajos pamatlīdzekļos		070		
3. Iekārtas un mašīnas		080		
4. Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs		090	34424	37314
5. Pamatlīdzekļu izveidošana un nepabeigto celtniecības objektu izmaksas		100		
6. Avansa maksājumi par pamatlīdzekļiem		110		
II. KOPĀ:	9.2	120	34424	37314
III. Ilgtermiņa finansu ieguldījumi				
1. Līdzdalība radniecīgo uzņēmumu kapitālā	10	130	1203	1203
2. Aizdevumi radniecīgajiem uzņēmumiem		140		
3. Līdzdalība asociēto uzņēmumu kapitālā		150		
4. Aizdevumi asociētajiem uzņēmumiem		160		
5. Pārējie vērtspapīri un ieguldījumi		170		
6. Pārējie aizdevumi		180		
7. Pašu akcijas un daļas		190		
8. Aizdevumi uzņēmuma līdzīpašniekiem un vadībai		200		
III. KOPĀ:		210	1203	1203
1. IEDAĻAS KOPSUMMA		220	86153	89904
2. Apgrozāmie līdzekļi				
I. Krājumi				
1. Izejvielas, pamatmateriāli un palīgmateriāli	11	230	235	182
2. Preču krājumi v/tirdzn.	12	240	288305	194385
3. Gatavie ražojumi un preces pārdošanai		250		
4. Nepabeigtie pasūtījumi		260		
5. Avansa maksājumi par precēm	13	270	177	1501
6. Darba lopi		280		
I. KOPĀ :		290	288717	196068
II. Debitori				
1. Pircēju un pasūtītāju parādi	14	300	360835	209598
2. Nodokļi		310	5049	8
3. Norēķinu kartes, nauda ceļā, EKA		320		
4. Citi debitori	15	330	864	6500
5. Neiemaksātās daļas sabiedrības kapitālā		340		
6. Īstermiņa aizdevumi uzņēmuma līdzīpašniekiem un vadībai		350		
7. Nākamo periodu izmaksas	16	360	11522	3922
8. Uzkrātie ieņēmumi		370		
II. KOPĀ :		380	378270	220028
III. Vērtspapīri un līdzdalība kapitālos				
1. Līdzdalība radniecīgo uzņēmumu kapitālā		390		
2. Pašu akcijas un daļas		400		
3. Pārējie vērtspapīri un līdzdalība kapitālos		410		
III. KOPĀ :		420		
IV. Naudas līdzekļi	17	430	10718	377
2. IEDAĻAS KOPSUMMA		440	677705	416473
BILANCE		450	763858	506377

PASĪVS		Piezīmes Nr.	Rindas kods	Pāskata perioda beigās	Gada sākumā
1. Pašu kapitāls					
1.	Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)	18	460	140000	20000
2.	Akciju emisijas uzcelojums		470		
3.	Ilgtermiņa ieguldījumu pārvērtēšanas rezerve		480		
4.	Rezerves				
	a) likumā noteiktās rezerves;		490		
	b) rezerves pašu akcijām vai daļām;		500		
	c) sabiedrības statūtos noteiktās rezerves;		510		
	d) pārējās rezerves.		520		
4.	Kopā:		530		
5.	Nesadalītā peļņa:				
	a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa;	19	540	-187418	-221809
	b) pārskata gada nesadalītā peļņa.		550	49020	33541
1. IEDAĻAS KOPSUMMA			560	1602	-168268
2. Uzkrājumi					
1.	Uzkrājumi pensijām un tamlīdzīgām saistībām		570		
2.	Uzkrājumi paredzamajiem nodokļiem		580		
3.	Citi uzkrājumi		590		
2. IEDAĻAS KOPSUMMA			600		
3. Kredītori					
1.	Ilgtermiņa kredītori				
	a) Aizņēmumi pret obligācijām		610		
	b) Akcijās pārvēršamie aizņēmumi		620		
	c) Aizņēmumi no kredītiestādēm		630		
	d) Citi aizņēmumi	20	640	210841	331349
	e) No pircējiem saņemtie avansi		650		
	f) Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem		660		
	g) Maksājami vekseli		670		
	h) Parādi radniecīgajiem uzņēmumiem		680		
	i) Parādi asociētajiem uzņēmumiem		690		
	j) Nodokļi un sociālās nodrošināšanas maksājumi		700		
	k) Pārējie kredītori		710		
	l) Nākamo periodu ieņēmumi		720		
	m) Pārskata gada dividendes		730		
	n) Neizmaksātās iepriekšējo gadu dividendes		740		
1.	Kopā:		750	210841	331349
2.	Īstermiņa kredītori				
	a) Aizņēmumi pret obligācijām		760		
	b) Akcijās pārvēršamie aizņēmumi		770		
	c) Aizņēmumi no kredītiestādēm	21.1	780	115242	123681
	d) Citi aizņēmumi		790		
	e) No pircējiem saņemtie avansi		800	31	
	f) Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem	21.2	810	378540	191975
	g) Maksājami vekseli		820		
	h) Parādi (avansieriem)		830		
	i) Parādi asociētajiem uzņēmumiem		840		
	j) Nodokļi un sociālās nodrošināšanas maksājumi	21.3	850	40295	17483
	k) Pārējie kredītori	21.4	860	2953	3740
	l) Nākamo periodu ieņēmumi		870		
	m) Pārskata gada dividendes		880		
	n) Neizmaksātās iepriekšējo gadu dividendes		890		
	o) Uzkrātās saistības	22	900	14354	6417
2.	Kopā:		910	551415	343296
3. IEDAĻAS KOPSUMMA			920	762256	674645
BILANCE			930	763858	506377

Valdes locekle



Irēna Putniņa

Uzņēmuma (uzņēmējssab.) nosaukums: **SIA "German Products Baltics"** pēc UKK

Reģistrācijas Nr. UR **0 0 0 3 9 8 0 4 0** pēc ATK

Nodokļu maks. reg. Nr. **4 0 0 0 3 9 8 0 4 0 0**

Adrese: **"Silzemnieki-1", Garupe, Carnikavas nov.**

Tālrunis: **67278532** Fakss **67279996**

Pārvaldes institūcija pēc VPIIK

Nodokļu inspekcija: **VID Nodokļu pārvaldes Rīgas rajona Klientu apkalpošanas centrs**

Pamatdarbības veids: **Bērnu preču vairumtirdzniecība** pēc ISIC

Mērvienība **LVL**

Peļņas vai zaudējumu aprēķins

2011.gada 1.janvāris - 31.decembris

(Klasificēts pēc apgrozījuma izmaksu metodes)

N.p.k.	Rādītāja nosaukums	Piezīmes Nr.	Rindas kods	2011.gads	2010.gads
1	2	3	4	5	6
1	Neto apgrozījums	1	010	1851021	1205914
2	Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	2	020	1423375	918810
3	Bruto peļņa vai zaudējumi		030	427646	287104
4	Pārdošanas izmaksas	3	040	430216	310412
5	Administrācijas izmaksas	4	050	46849	43166
6	Pārējie uzņēmuma saimnieciskās darbības ieņēmumi	5	060	149070	140997
7	Pārējās uzņēmuma saimn. darbības izmaksas	6	070	11129	4614
8	Ieņēmumi no līdzdalības meitas un saistīto uzņēmumu kapitālos		080		
9	Ieņēmumi no vērtspapīriem un aizdevumiem, kas veidojuši ilgtermiņa ieguldījumus		090		
10	Pārējie procentu ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi	7	100	4881	618
11	Ilgtermiņa finansu ieguldījumi un vērtspapīru vērtības samazināšanas		110		
12	Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	8	120	31601	34502
13	Peļņa vai zaudējumi pirms ārkārtas posteļiem un nodokļiem		130	61802	36025
14	Ārkārtas ieņēmumi		140		
15	Ārkārtas izmaksas		150		
16	Ārkārtas peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem		160		
17	Uzņēmuma ienākuma nodoklis par pārskata gadu		170	12782	1634
18	Pārējie nodokļi		180		
19	Atliktais uzņēmuma ienākuma nodoklis		190		
20	Pārskata gada tīrā peļņa vai zaudējumi		200	49020	34391

Valdes locekle

Irēna Putniņa



2. Pielikums. SIA „German Products Baltics” 2012.gada bilance un peļņas vai zaudējumu aprēķins

Bilance

AKTĪVS	Piezīmes numurs	31.12.2012	31.12.2011
		LVL	LVL
Ilgtermiņa ieguldījumi			
Nemateriālie ieguldījumi			
Koncesijas, patenti, licences, preču zīmes un tamlīdzīgas tiesības		44 729	45 417
Nemateriālā vērtība		4 538	5 109
Nemateriālie ieguldījumi kopā	10	49 267	50 526
Pamatlīdzekļi			
Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs		24 688	34 424
Pamatlīdzekļi kopā	11	24 688	34 424
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi			
Līdzdalība radniecīgās sabiedrības kapitālā	12	1 805	1 203
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi kopā		1 805	1 203
Ilgtermiņa ieguldījumi kopā		75 760	86 153
Apgrozāmie līdzekļi			
Krājumi			
Izejvielas, pamatmateriāli un palīgmateriāli		242	235
Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	14	395 298	288 305
Avansa maksājumi par precēm		13 374	177
Krājumi kopā		408 914	288 717
Debitori			
Pircēju un pasūtītāju parādi		416 103	295 350
Radniecīgo sabiedrību parādi	13	48 791	65 485
Citi debitori	15	15 871	2519
Īstermiņa aizdevumi akcionāriem vai vadībai	16	23 340	-
Nākamo periodu izmaksas	17	19 044	11 522
Debitori kopā		523 149	374 876
Nauda		2 062	10 718
Apgrozāmie līdzekļi kopā		934 125	674 311
AKTĪVS KOPĀ		1 009 885	760 464

PASĪVS	Piezīmes numurs	31.12.2012	31.12.2011
		LVL	LVL
Pašu kapitāls			
Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)	18	140 000	140 000
Nesadalītā peļņa:			
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa		(138 398)	(187 418)
b) pārskata gada nesadalītā peļņa		30 653	49 020
Pašu kapitāls kopā		32 255	1 602
Uzkrājumi			
Citi uzkrājumi	19	5 016	4 695
Uzkrājumi kopā		5 016	4 695
Kreditori			
Ilgtermiņa kreditori			
Citi aizņēmumi	21	210 841	210 841
Atliktā ienākuma nodokļa saistības	9	1 622	-
Ilgtermiņa kreditori kopā		212 463	210 841
Īstermiņa kreditori			
Aizņēmumi no kredītiestādēm	20	44 460	115 242
Citi aizņēmumi	21	182 729	-
No pircējiem saņemtie avansi		509	31
Parādi piegādātājiem un darbuizpildītājiem		471 925	378 540
Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	22	34 496	36 901
Pārējie kreditori	23	5 808	2 953
Uzkrātās saistības	24	20 224	9 659
Īstermiņa kreditori kopā		760 151	543 326
Kreditori kopā		972 614	754 167
PASĪVS KOPĀ		1 009 885	760 464

Pielikums no 11. Līdz 25 lapai ir neatņemama šī finanšu pārskata sastāvdaļa.

Uldis Vītols  2013. gada 29. aprīlī

(paraksts)

Gada pārskatu paraksta Uldis Vītols uz pilnvaras Nr. 2013-08 pamata.

Peļņas vai zaudējumu aprēķins
(pēc apgrozījuma izmaksu metodes)

	Piezīmes numurs	2012	2011
		LVL	LVL
Neto apgrozījums	2	2 087 324	1 851 021
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	3	(1 508 381)	(1 409 026)
Bruto peļņa vai zaudējumi		578 943	441 995
Pārdošanas izmaksas	4	(593 082)	(450 891)
Administrācijas izmaksas	5	(42 278)	(40 523)
Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	6	116 206	150 005
Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas	7	(5 925)	(18 899)
Pārējie procentu ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi	8	5 097	3 946
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas		(19 886)	(23 831)
Peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem		39 075	61 802
Uzņēmumu ienākuma nodoklis par pārskata gadu		(6 800)	(12 782)
Atliktais ienākuma nodoklis	9	(1 622)	-
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi		30 653	49 020

Pielikums no 11. Līdz 25 lapai ir neatņemama šī finanšu pārskata sastāvdaļa.

Uldis Vītols  2013. gada 29. aprīlī
(paraksts)

Gada pārskatu paraksta Uldis Vītols uz pilnvaras Nr. 2013-08 pamata.

Diplomdarbs „UZŅĒMUMA SIA „GERMAN PRODUCTS BALTICS" FINANSIĀLĀ SITUĀCIJA UN ATTĪSTĪBAS NOVĒRTĒJUMS”” izstrādāts LU Ekonomikas un vadības fakultātē.

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

Autors: *Jānis Štekels*
(paraksts, datums)

Rekomendēju / nerekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja: docente *Ruta Šneidere*
(paraksts, datums)

Recenzents: Dr.ekon., as profesore Inga Būmane

Darbs iesniegts Grāmatvedības un audita katedrā.....(datums)
Metodiķe: *Alla Ščukina*
(paraksts)

Darbs aizstāvēts diplomdarba pārbaudījuma komisijas sēdē:

(datums, protokola Nr., vērtējums)

Komisijas sekretāre: lektore *Maiga Kasale*
(paraksts)